

## Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap *Feature Based Component* di Resor Kabupaten Bogor

Rima Pratiwi Batubara<sup>1</sup>, Aditya Sugih Setiawan<sup>2</sup>, Ni Luh Vera Kasmayanti<sup>3</sup>,  
Hendro Yudi Susilo<sup>4</sup> dan Devi Susilawati<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, rimapратиwi@stpboGOR.ac.id

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, aditya@gmail.com

<sup>3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, niluh@gmail.com

<sup>4</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, hendra@yahoo.com

<sup>5</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, devi@yahoo.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komponen fitur dasar yang paling berpengaruh dalam kepuasan pengguna resor khususnya di Kabupaten Bogor. Penelitian bersifat kualitatif dengan pengambilan responden yaitu pengguna resor. Analisis data dilakukan dengan deskriptif kualitatif. Data diambil berdasarkan indikator dalam komponen dasar resor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memilih resor dengan suasana yang memiliki ketenangan, perubahan gaya hidup, dan kesempatan untuk relaksasi. Informasi yang didapatkan tergolong baik. Kondisi properti memanfaatkan sumber daya alam dan kekhasan suatu tempat. Fasilitas properti tidak ada teknologi canggih yang signifikan yang disediakan oleh resor. Lokasi geografi lebih disukai pada lokasi pegunungan. Reputasi resor lebih dilihat berdasarkan dari image fisik bangunan. Pelayanan pelanggan tergolong baik. Pada kondisi sekitar resor didominasi pada menunjukkan hal unik dari lokasi dan lingkungan sekitar. Nilai resor lebih diminati pada nilai rekreasi. Pelayanan makan dan minum paling banyak pada buffet service. Tulisan ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengelola wisata dalam merencanakan dan mengembangkan suatu anggaran wisata dengan berbagai produk dan pelayanan yang ada di dalamnya, sehingga diharapkan perencanaan dan pengembangan yang dilakukan terkait dengan akomodasi wisata dapat sesuai dengan karakter, kebutuhan dan keinginan calon pengunjung serta sesuai dengan kemampuan dari resor itu sendiri.

**Kata Kunci:** Resor, Kepuasan Pengguna, Komponen Dasar Resor.

### ABSTRACT

*This study aims to determine the basic feature components that have the most influence on resort user satisfaction, especially in Bogor Regency. The benefits of this research are expected to be used by managers as a resort management plan in the future. This research is qualitative by taking respondents, namely resort users. Data analysis was performed with descriptive qualitative. The data is taken based on indicators in the basic resort component. The results of the study show that respondents choose resorts with an atmosphere that has serenity, changes in lifestyle, and opportunities for relaxation. Good information. Property conditions take advantage of natural resources and the uniqueness of a place. Property facilities no significant advanced technology provided by the resort. Geographical location is preferred in mountainous areas. Resort reputation is more seen based on the physical image of the building. Customer service is quite good. The surrounding conditions of the resort are painted to show the uniqueness of the location and surroundings. Resort value takes more interest in recreational value. Most food and drink services are in buffet service. This paper can be used as a reference for tourism managers in planning and developing a tourism budget with various*

*products and services in it, so that it is hoped that the planning and development carried out related to tourist accommodation can be in accordance with the character, needs and desires of prospective visitors and in accordance with capabilities of the resort itself.*

**Keywords: Resort, User Satisfaction, Feature Based Component.**

*Naskah diterima: 19 Januari 2023, direvisi: 18 Juli 2023, diterbitkan: 15 Agustus 2023*

*DOI: 10.37253/altasia.v5i2.7415*

## **PENDAHULUAN**

Sektor pariwisata sudah menjadi elemen penting dari pembangunan di Indonesia, bahkan sudah menjadi salah satu program prioritas pembangunan pemerintah. Dalam Soeswoyo et al., (2021) menjelaskan bahwa sektor pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan hingga menjadi penghasil devisa terbesar kedua bagi pemerintah. Dari pengembangan pariwisata tersebut pada dasarnya berpengaruh kepada peningkatan percepatan pembangunan dan perekonomian pada wilayah tertentu. Kabupaten Bogor merupakan salah satu kota yang menerapkan sektor pembangunan pariwisata menjadi salah satu sektor prioritas.

Pada Tahun 2021 dilaporkan bahwa Kabupaten Bogor telah didatangi oleh pengunjung sebanyak 1.7634.888 (BPS, 2022). Hal ini cukup disyukuri mengingat pada tahun tersebut masih dalam kondisi pandemi. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, tentu perlu adanya persediaan fasilitas penginapan yang memadai di sekitar objek wisata tersebut. BPS Kabupaten Bogor (2022) menyebutkan bahwa terjadi penurunan jumlah akomodasi secara keseluruhan yang signifikan antara tahun 2020 dan 2021. Pada Tahun 2020 jumlah akomodasi selain hotel berbintang berjumlah 319 dan menurun pada Tahun 2021 yaitu 258 akomodasi. Hal ini justru bertolak belakang dengan jumlah hotel berbintang di kawasan Kabupaten Bogor yang berjumlah 23 hotel berbintang pada Tahun 2020 menjadi 28 hotel berbintang pada Tahun 2021. Dengan berkurangnya jenis akomodasi lain di Kabupaten Bogor, menunjukkan bahwa ada masalah yang membuat tamu atau pengguna akomodasi tidak kembali lagi, atau dapat dikatakan tidak adanya loyalitas pelanggan terhadap akomodasi tersebut. Yohana & Andjarwati (2017) menjelaskan beberapa faktor utama yang mempengaruhi

loyalitas pelanggan yakni kepuasan konsumen, kualitas produk atau layanan, dan lain-lain.

Salah satu jenis akomodasi selain hotel berbintang yang banyak ditemukan di Kabupaten Bogor adalah resor. Kebutuhan berlibur wisatawan yang berkunjung ke objek wisata, dapat didukung dengan fasilitas dan aktivitas yang tersedia di resor. Wisatawan yang berkunjung ke resor cenderung memiliki tujuan atau motivasi yang sama, yakni mencari ketenangan, olahraga, rekreasi atau liburan, suasana alam atau pemandangan sekitar, dan lain-lain.

Brey et al., (2008) menjelaskan bahwa dalam penilaian di bidang keramah-tamahan (*hospitality assessment*) terdapat 3 (tiga) yang dapat dijadikan sebagai indikator, yakni komponen fitur dasar resor (*feature-based component*), komponen aktivitas dasar resor (*activity based component*), dan komponen bisnis (*business component*). Maka dari itu, peneliti menyadari pentingnya memperhatikan segala jenis kualitas baik pelayanan maupun produk yang berada di resor, peneliti juga menggunakan salah satu dari *hospitality assesment* sebagai indikator penentu kepuasan pelanggan, yakni komponen fitur dasar (*feature-based component*). Penelitian ini bertujuan mengetahui komponen fitur dasar yang paling berpengaruh dalam kepuasan pengguna resor khususnya di Kabupaten Bogor, hasil penelitian dapat digunakan oleh pengelola sebagai perencanaan pengelolaan resor di masa depan (*future planning management*).

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Resor**

Resor merupakan salah satu kawasan akomodasi dan hiburan yang mendukung kegiatan pariwisata. Murphy (2008) diterangkan bahwa resor adalah suatu perubahan tempat

tinggal untuk seseorang di luar tempat tinggalnya dengan tujuan antara lain untuk mendapati kesegaran jiwa dan raga serta hasrat ingin mengetahui sesuatu, dapat juga dikaitkan dengan kegiatan yang berkaitan dengan olahraga, kesehatan, konvensi, keagamaan serta keperluan usaha lainnya. Murphy menjelaskan pula bahwa setidaknya terdapat fasilitas penunjang pada resor yaitu pelayanan makanan dan minuman, hiburan serta fasilitas rekreasi. Murdhanti (2011) mendefinisikan bahwa resor sebagai hotel yang letaknya berada di daerah pegunungan dan di tepi aliran sungai, pantai dan danau.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kotler (2002) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut. Hansemark, et al., (2004) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan menunjukkan sikap terhadap penyedia layanan, atau reaksi emosional untuk perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan dan apa yang mereka terima. Bitner, et al., (2003) dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan dari produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari adanya sikap konsumen dalam pembelian ulang, keinginan merekomendasikan kepada orang lain dan berkomitmen untuk tidak memilih produk dan layanan lainnya.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan terhadap komponen dasar resor di Kabupaten Bogor. Penentuan lokasi penelitian yaitu didasari bahwa Kabupaten Bogor yang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki potensi wisata terbanyak di Indonesia (Rosiyanti & Susilowati, 2017). Penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Sumber data diambil dengan metode langsung yakni kuesioner, dengan target responden dari pengguna resor di Kabupaten Bogor. Jumlah responden yaitu 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif.

Tolak ukur kepuasan pelanggan dapat dilihat dari indikator-indikator penting yang termasuk dalam komponen dasar resor berdasarkan Brey et al., (2008) yang menjelaskan bahwa komponen dasar resor terdiri atas 10 indikator yakni, nuansa atau suasana (*ambience*), akurasi informasi mengenai resor (*resort's information accuracy*), kondisi dari bangunan atau properti (*property's condition*), fasilitas atau fitur properti (*facilities*), lokasi geografis (*geographic location*), reputasi resor (*resort's reputation*), pelayanan pelanggan (*customer service*), kondisi di sekitar resor (*surrounding environment*), nilai dari kualitas penginapan (*cost of stay given value*), dan pelayanan dari pengadaan makanan & minuman (*food & beverage service*). Tahapan penelitian dilakukan dengan 1) Persiapan, penelusuran pustaka terkait penelitian dan menetapkan akomodasi wisata dalam bentuk resor yang sering dikunjungi oleh wisatawan, 2) Inventarisasi, penelusuran data resor dan penyebaran kuesioner pengunjung, 3) Analisis, rekapitulasi hasil inventarisasi dan pengumpulan data pendukung, 4) Sintesa, penentuan data yang memenuhi kebutuhan penelitian dan penggabungan berbagai data hasil penelitian, 5) Luaran, pembuatan hasil penelitian.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada data yang didapatkan diketahui bahwa resort di Kabupaten Bogor lebih banyak berjenis *destination resort*.

*Destination resort* merupakan salah satu jenis resor dengan kelebihan berupa pelayanan yang maksimal dan terhubung dengan lokasi wisata di sekitarnya (Brey et al., 2007). Resor yang menjadi kunjungan responden di Kabupaten Bogor yaitu Amanuba Hotel & Resort, Highland Park & Resort, Chevilly Resort & Camp, Begremo Home Boutique Resort, The Upper Clift Resort & Café, JSI Resort Megamendung, Bumi Katulampa Resort, Bumi Gumati Resort, Royal Tulip Resort & Golf, The Village Resort dan Novotel Bogor Golf Resort & Convention Center.

### Profil Responden

Pada Tabel 2 diketahui bahwa dominasi responden berdasarkan jenis kelamin lebih banyak laki-laki. Persentase usia lebih didominasi oleh range usia 22-28 tahun dengan 42%. Pada bagian pendidikan, responden lebih banyak dilatar belakangi pada SMA/SMK. Pendapatan responden lebih banyak pada kisaran > 5 juta dan < 1 juta per bulan.

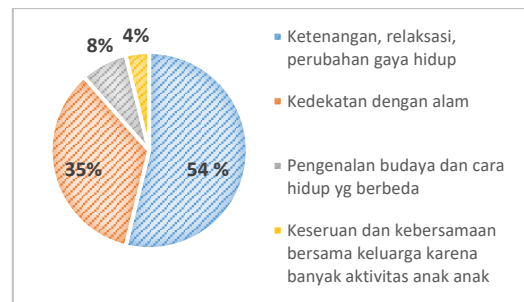
**Tabel 1. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Persentase	
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	54
		Perempuan	46
2	Usia	15-21 Tahun	31
		22-28 Tahun	42
		29-35 Tahun	8
		> 50 Tahun	19
		SMA / SMK	54
3	Pendidikan	D3	8
		S1 / D4	35
		S2	4
		< 1jt	31
4	Pendapatan	1-3jt	19
		3-5jt	15
		>5jt	35

### Komponen Fitur Dasar Resor

#### A. Nuansa atau Suasana Resor

Suasana atau yang lebih dikenal juga dengan atmosfer suatu tempat dapat mempengaruhi keadaan emosi pembeli atau tamu yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Penelitian Wijaya et al., (2019) menghasilkan bahwa *atmosfir* dari suatu lokasi penginapan, berpengaruh secara parsial terhadap minat menginap konsumen atau tamu.

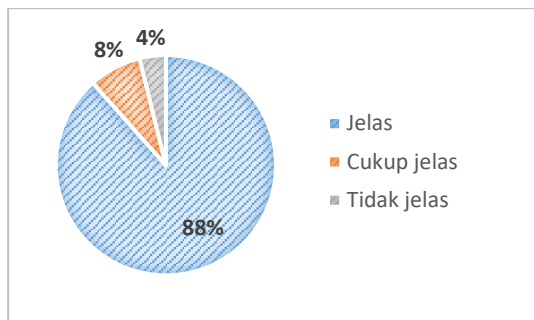


**Gambar 1. Hasil Nuansa & Suasana Resor**

Pada Gambar 1 diketahui bahwa hasil jawaban responden sebanyak 53,8% responden memilih suasana resor yang memiliki ketenangan, perubahan gaya hidup, dan kesempatan untuk relaksasi. Hal ini dikarenakan kebanyakan resor di Kabupaten Bogor memiliki udara yang sejuk dan dikelilingi lingkungan yang alami sehingga membuat suasana di dan sekitar resor memberikan ketenangan. Hal ini selaras dengan penelitian Ridho & Saputra (2022) yang mengatakan bahwa suasana resor yang mengedepankan alam dapat memberikan ketenangan kepada pengguna resor. Beberapa responden memilih suasana resor yang memiliki keseruan dan mendukung kebersamaan bersama keluarga. Hal ini dikarenakan, selain menginap biasanya pengunjung resor melakukan kegiatan berupa permainan seperti *outbound* atau sekedar bermain bersama keluarga.

#### B. Akurasi informasi

Pemberian informasi mengenai resor dianggap penting. Informasi resor dapat dijadikan sebagai acuan bagi wisatawan untuk mengenai resor lebih jauh. Hasil penilaian responden diketahui bahwa informasi yang diberikan resor tergolong jelas dengan nilai 88% (Gambar 2). Resor yang dikunjungi responde sebagian besar termasuk dalam resor besar dan mempunyai *website* tersendiri sehingga calon pengguna dapat mengunjungi *website* terlebih dahulu untuk mengetahui informasi resor lebih lanjut. Selain *website* beberapa resor juga menyediakan layanan informasi berupa media sosial atau kontak langsung ke pengelola sehingga memudahkan calon pengguna untuk berinteraksi dengan pengelola.

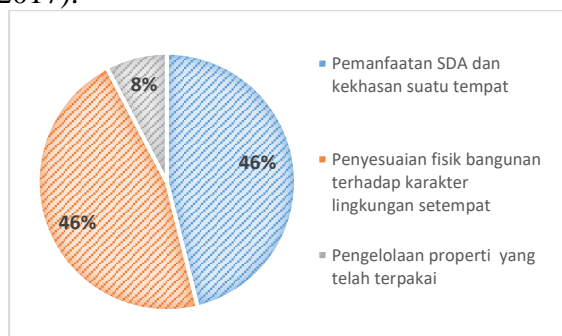


**Gambar 2. Hasil Perhitungan Akurasi Informasi**

Informasi resor dianggap cukup jelas oleh responden dengan nilai 8%. Hal ini dikarenakan adanya gangguan ketika responden melakukan pencarian informasi mengenai resor. Gangguan terkait dengan koneksi dan tidak terbaharuinya informasi sehingga dibutuhkan upaya lebih banyak oleh calon pengguna untuk mencari informasi melalui berbagai media. Nilai 4% untuk akurasi informasi yang dianggap tidak jelas oleh responden adalah informasi mengenai harga layanan. Informasi harga pada layanan informasi resor tidak dijelaskan dengan detail pada media informasi sehingga dianggap tidak jelas dan tidak konsisten.

### C. Kondisi Properti

Wisatawan yang berkunjung ke resor cenderung mencari akomodasi dengan ciri khas, arsitektur, dan suasana khusus yang berbeda dengan jenis hotel lainnya, misalnya arsitektur dan suasana alami. Pengunjung hotel lebih memilih penampilan bangunan yang berkesan alami atau tradisional dengan motif dekorasi interior maupun eksterior dengan sentuhan etnik (Puspita & Wahyudie, 2017).

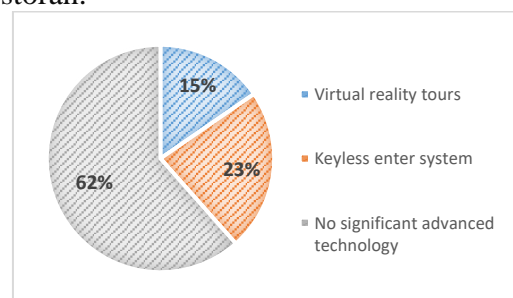


**Gambar 3. Hasil Perhitungan Kondisi Properti**

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa berdasarkan kondisi properti, responden lebih merasa puas jika bangunan resor mengedepankan kekhasan kawasan dengan nilai sebanyak 46% (Gambar 2). Hasil yang serupa juga ditunjukkan pada pilihan fisik bangunan yang diharapkan sesuai dengan karakter kawasan setempat. Pilihan ini mendapatkan hasil sebanyak 46%. Hal ini maka resor diharapkan menggunakan sumber daya alam setempat dan memanfaatkannya dengan baik sehingga secara keseluruhan bangunan resor menunjukkan kekhasan kawasan. Penelitian Putra & Budi (2019) menjelaskan bahwa penting bagi pengelola resor untuk mengedepankan daya tarik utama baik dari alam maupun budaya sekitar untuk menarik minat dan meningkatkan kepuasan pengguna resor. Responden lainnya berpendapat bahwa adanya pengelolaan terhadap properti yang telah terpakai sebanyak 8%. Hal ini sebagai langkah perawatan terhadap properti untuk kemudian tidak mengganggu kenyamanan pengguna selanjutnya dan tetap mempertahankan kondisi optimal dari properti resor yang ada.

### D. Fasilitas Properti

Penggunaan fasilitas pada resor dalam hal ini adalah keberadaan dukungan teknologi dalam pengelolaan resor. Perkembangan bisnis penginapan selain sebagai pemenuh kebutuhan menginap, makan dan minum wisatawan juga pada kompetisi dukungan teknologi sebagai pemuas kebutuhan pengguna. Pada beberapa bisnis penginapan seperti hotel, telah digunakan teknologi untuk sekedar pemesanan kamar (Wardani, 2013), keamanan kamar hingga pelayanan pada restoran.

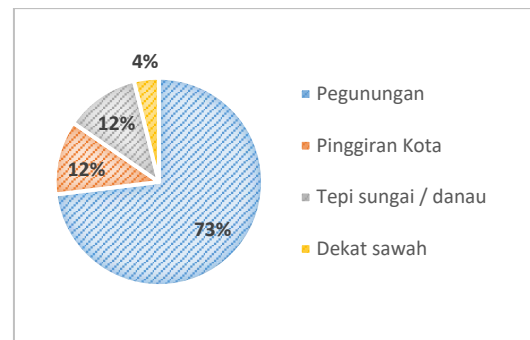


**Gambar 4. Hasil Perhitungan Fasilitas Properti**

Hasil jawaban responden yang pernah menginap di resort Kabupaten Bogor menyatakan bahwa sebanyak 62% responden berpendapat tidak ada teknologi canggih yang signifikan yang disediakan oleh resort (Gambar 4). Pemesanan kebutuhan menginap dapat dilakukan secara tatap muka atau online booking dan hal ini sudah banyak dilakukan oleh bisnis penginapan lainnya. Sebanyak 23% menggunakan *keyless entry system* untuk membuka pintu tanpa harus menggunakan kunci dan 15% responden menggunakan *virtual reality tours* untuk simulasi lokasi resort dengan media gambar foto atau video. Hal ini menggambarkan bahwa setidaknya ada fasilitas yang memanfaatkan teknologi pada resort yang memudahkan pengguna untuk mengetahui informasi resort dan memudahkan berbagai kegiatan yang dilakukan ketika di resort.

#### E. Lokasi Geografi

Aktivitas responden yang padat mengakibatkan rasa bosan dan jenuh sehingga membutuhkan pelarian untuk sekedar bersantai dan menenangkan pikiran. Berdasarkan Portal Resmi Kabupaten Bogor, kondisi morfologi Kabupaten Bogor didominasi oleh dataran tinggi, perbukitan dan pegunungan sehingga kemudian banyak resort yang dibangun pada area ini. Pada hasil perhitungan kuesioner, responden kebanyakan berasal dari perkotaan memilih resort yang berlokasi pada pegunungan. Sebanyak 73% responden memilih lokasi resort pada pegunungan untuk dijadikan sebagai tempat bersantai atau keluar dari kesibukan yang dirasakan dalam diri mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat Faridho (2020) yang mengatakan bahwa alam pegunungan dapat memberikan kenyamanan dan sajian pemandangan yang indah.

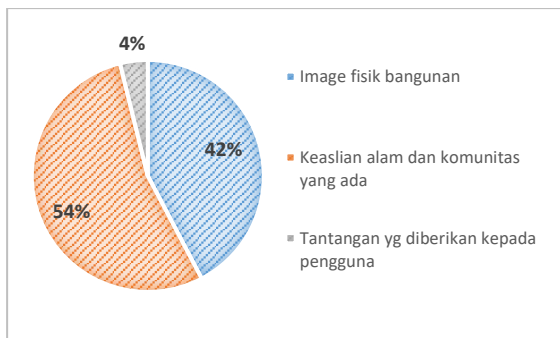


Gambar 5. Hasil Perhitungan Lokasi Resort

Hasil lain menunjukkan bahwa resort berlokasi di dekat pinggiran kota dan dekat dengan sungai dapat membuat responden puas. Sebanyak masing-masing 12% responden menjawab pilihan ini (Gambar 5). Hal ini dikarenakan kemudahan untuk menjangkau resort dan pemandangan yang didapatkan responden ketika resort berdekatan dengan sungai.

#### F. Reputasi Resort

Amperawati (2021) adalah reputasi perusahaan adalah cara atau strategi yang dilakukan manajemen dalam menciptakan nilai sebagai pesan dan alat untuk mengungkapkan sifat organisasi sebagai keunggulan bersaing dalam memposisikan perusahaan di antara pesaing. Berdasarkan penelitian yang dilakukan reputasi resort yang dipertimbangkan sebelum para responden menginap sebanyak 54% responden memilih keaslian alam dan komunitas yang ada. Keaslian alam dapat menciptakan pemandangan yang indah sehingga kemudian memberikan kesan yang nyaman untuk menginap. Komunitas sekitar menggambarkan keramahan dalam budaya masyarakat di kawasan.

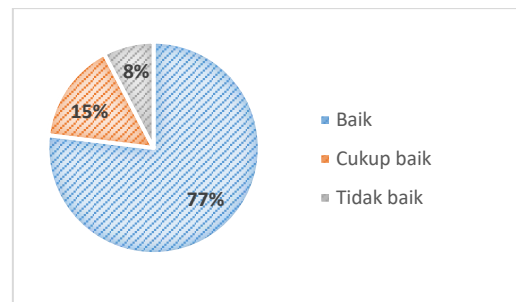


**Gambar 6. Hasil Perhitungan Reputasi Resor**

Fisik bangunan yang dianggap estetik, indah dan unik memberikan ingatan yang jelas bagi responden. Image fisik bangunan memiliki nilai 42% (Gambar 6). Fisik bangunan memancarkan citra yang baik atau tidaknya suatu resort untuk didatangi oleh responden. Sisanya adalah 4% yang menilai bahwa reputasi resor dilihat pada hal yang menantang yang akan diberikan kepada responden. Hal ini dimasukkan terkait pada transportasi menuju resor. Suatu resor meski berada pada area pedalaman atau hutan harus dan sebaiknya tetap mudah untuk dilalui moda transportasi. Selain itu keberadaan dari aktivitas atau kegiatan yang ditawarkan dari resor juga menjadi hal yang dinilai dalam reputasi suatu resor. Kegiatan yang menyenangkan yang dapat dilakukan oleh responden akan memudahkan untuk mengingat suatu resor.

### G. Pelayanan pelanggan

Pelayanan pelanggan yang dilakukan pada resor terkait pada beberapa aspek seperti pelayanan makanan dan minuman, hiburan, outlet penjualan dan fasilitas rekreasi. Pada resor yang telah didatangi responden. Responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan pengelola resor tergolong baik dengan nilai 77% (Gambar 7). Pada aspek makanan dan minuman, responden merasa cocok dengan cita rasa yang disuguhkan, kondisi resor yang bersih memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

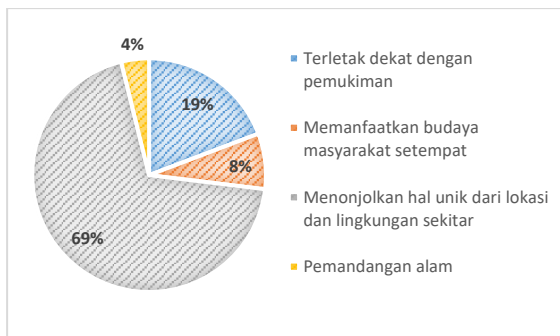


**Gambar 7. Hasil Perhitungan Pelayanan Pelanggan**

Penilaian cukup baik sebanyak 15% dinilai pada fasilitas rekreasi yang terkadang tidak dapat digunakan selama yang diinginkan pengunjung. Hal ini sebenarnya bukan termasuk gangguan dikarenakan termasuk pada aturan yang diberikan pengelola. Selain itu faktor cuaca di area kawasan yang kemudian membatasi kegiatan pengunjung untuk beraktivitas di resor dan kawasan resor. Penilaian tidak baik didapati penulis tidak terlalu terkait dengan pengelolaan internal resor dikarenakan alasan yang diberikan lebih kepada kondisi keterjangkauan resor dari tempat tinggal responden.

### H. Kondisi sekitar resor

Kesejahteraan masyarakat didasarkan karena adanya transaksi antara wisatawan dengan masyarakat sekitar dimana transaksi tersebut merupakan pembelian produk dagangan dan penggunaan jasa masyarakat sekitar objek wisata, pembelian produk dagangan dan penggunaan jasa masyarakat sekitar didasarkan pada kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan ketika berkunjung (Rulloh, 2017). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai kondisi lingkungan resor, didapatkan data bahwa pilihan terbanyak oleh pengguna adalah resor yang menonjolkan hal unik dari lokasi lingkungan sekitar yakni sebanyak 69%. Hal unik memberikan kesan yang membedakan resor dengan yang lainnya. Sehingga responden menganggap hal ini adalah penting.

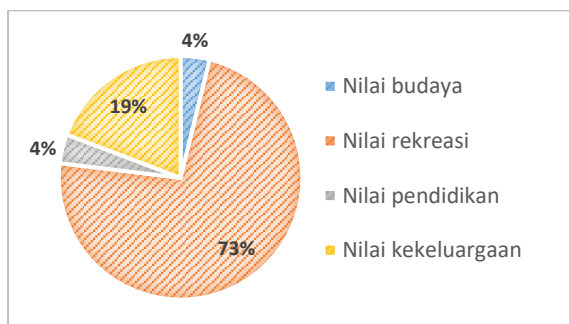


**Gambar 8. Hasil Perhitungan Kondisi Sekitar Resor**

Persentase lainnya didominasi pada resor yang dekat dengan pemukiman. Adanya pemukiman memungkinkan adanya gambaran budaya yang diberikan oleh pemukiman terhadap kawasan setempat. Hal ini juga didukung dengan adanya jawaban responden yang menginginkan adanya budaya masyarakat yang dapat dijumpai di sekitar kawasan resor.

#### I. Nilai dari kualitas penginapan

Nilai kualitas penginapan dilihat dari penilaian responden terhadap penginapan di resor. Responden menilai bahwa resor yang didatangi di Kabupaten Bogor memiliki nilai rekreasi. Hal ini dikarenakan selain kebutuhan rekreasi juga terpenuhi di dalam kawasan resor, responden juga dapat mengunjungi kawasan rekreasi di sekitar resor. Resor yang berdekatan dengan kawasan rekreasi dapat ditemukan pada kawasan Puncak, Bogor. Kawasan ini telah dikenal sebagai kawasan yang memiliki banyak pilihan kawasan rekreasi dan didukung dengan kawasan yang beriklim sejuk sehingga kemudian menarik untuk dikunjungi responden.

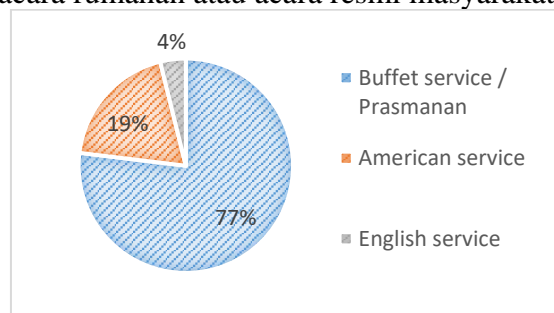


**Gambar 9. Hasil Perhitungan Nilai Dari Kualitas Penginapan**

Hal yang menjadi bagian penting juga adalah ketersediaan nilai kekeluargaan pada layanan resor. Responden merasa puas dengan layanan resor yang mampu melayani dengan baik dan mampu menjembatani berbagai kegiatan sehingga kemudian kunjungan yang dilakukan oleh responden dapat dikenang (Gambar 9). Responden yang datang dengan teman maupun keluarga mampu merasa pendekatan yang dilakukan oleh resor dapat memenuhi kebutuhan mereka sebagai pengunjung. Nilai budaya dan Pendidikan mendapatkan nilai 4%. Hal ini dikarenakan kebanyakan responden lebih mengutamakan pemanfaatan waktu luang untuk melakukan rekreasi.

#### J. Pelayanan dari pengadaan makanan dan minuman

Pada umumnya resor memiliki sistem pelayanan berbeda-beda terkadang dengan *American Service* dimana yang diutamakan adalah kecepatannya. *Ready on plate service*, artinya makanan sudah diatur dan disiapkan di atas piring. Pada umumnya penyajian yang dilakukan di resor kawasan Kabupaten Bogor adalah dengan cara *Buffet Service* atau prasmanan (Gambar 10). Cara ini dianggap lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia karena selain dilakukan pada bidang resor, gaya prasmanan juga sering dilakukan pada acara rumahan atau acara resmi masyarakat.



**Gambar 10. Hasil Perhitungan Pelayanan Makanan Dan Minuman**

Pelayanan makan dan minum di resor Kabupaten Bogor juga dapat dilakukan dengan *American Service*. Cara *American Service* adalah dengan pelayan mengantarkan hidangan langsung ke meja tamu, setelah diolah sepenuhnya di dapur. Cara ini biasanya



dilakukan ketika responden memesan langsung melalui restoran di resor. Responden akan mendapatkan makanan setelah melakukan pesanan kepada pengelola. Pada jenis layanan *English service* termasuk pada layanan yang akan ada jika diminta oleh pengunjung. Hal ini yang membuat nilai dari pelayanan ini hanya 4%.

## **SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Resor di Kabupaten Bogor memiliki komponen dasar yang dianggap penting oleh pengguna resor. Pada indikator nuansa resor didapati bahwa responden lebih menyukai nuansa yang menyuguhkan ketenangan, relaksasi dan perubahan gaya hidup. Indikator akurasi informasi dinyatakan jelas oleh responden. Indikator kondisi properti lebih menyukai resor dengan memanfaatkan sumber daya alam sekitar. Responden menilai bahwa resor di Kabupaten Bogor belum menggunakan teknologi canggih secara signifikan.

Pada indikator lokasi geografi lebih disukai pada kawasan pegunungan. Responden menilai bahwa reputasi resor bertumpu pada keaslian kawasan dan keadaan komunitas sekitar resor. Pelayanan pelanggan pada resor di Kabupaten Bogor dianggap baik. Kondisi sekitar resor diharapkan untuk lebih menonjolkan keunikan dari kawasan sekitar. Indikator nilai kualitas pelayanan dianggap perlu untuk mengedepankan nilai rekreasi. Pada layanan makanan dan minuman dengan cara *buffer service* atau prasmanan.

Tulisan ini dapat menjadi gambaran dari pengunjung dalam menilai suatu akomodasi yang digunakan dalam berwisata. Bahwa dalam menggunakan akomodasi wisata, pengunjung dapat merasakan dan mengingat pengalaman yang telah dilalui pengunjung ketika berkunjung ke akomodasi yang didatanginya. Sehingga para pengelola wisata harus dan sebaiknya dapat menakar kebutuhan dan keinginan para calon pengunjung mulai dari segala aspek komponen wisata khususnya akomodasi wisata. Tulisan ini juga dapat dijadikan sebagai acuan bagi pengelola wisata dalam merencanakan dan mengembangkan suatu

akomodasi wisata dengan berbagai produk dan pelayanan yang ada di dalamnya, sehingga diharapkan perencanaan dan pengembangan yang dilakukan terkait dengan akomodasi wisata dapat sesuai dengan karakter, kebutuhan dan keinginan calon pengunjung serta sesuai dengan kemampuan dari pengelola sendiri.

Pada tulisan, penilaian kepuasan pengguna resor hanya pada komponen/fitur dasar resor dan belum mengaitkan pada komponen lain serta karakteristik pengunjung. Dengan demikian penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan menggunakan indikator penilaian resort lainnya serta dapat didekati dari karakteristik pengunjung atau dapat menilai keterkaitan dari fitur dasar resor pada kepuasan pengunjung dengan metode penelitian yang berbeda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amperawati, E. D. (2021). *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalitas* (1st ed.). Selaras. <https://penerbitselarasmediakreasindo.com/wp-content/uploads/2021/06/UNMER-Bu-Endang-optimalisasi-siap-cetak.pdf>
- Brey, E., Klenosky, D. B., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2008). Standard Hospitality Elements at Resorts: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 47(2), 247–258.
- Brey, E. T., Morrison, A. M., & Mills, J. E. (2007). An examination of destination resort research. *Current Issues in Tourism*, 10(5), 415–442. <https://doi.org/10.2167/CIT315.0>
- Faridho, V. (2020). *Perancangan Resort And Sport Area di Gunung Banyak Kota Batu Dengan Pendekatan Arsitektur Tropis* [UIN Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/28963/1/17660116.pdf>
- Murdhanti, A. D. (2011). *Hotel Resort di Pantai Siung Gunung Kidul*.

- Murphy, P. (2008). *The Bussiness of Resort Management* (1st ed.). Elsevier.
- Puspita, R., & Wahyudie, P. (2017). Penerapan Konsep Modern Natural dengan Sentuhan Etnik Tengger pada Desain Interior Hotel Bromo Permai I. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1), 46–50. <https://media.neliti.com/media/publications/140339-ID-penerapan-konsep-modern-natural-dengan-s.pdf>
- Putra, Y. P., & Budi, N. (2019). Pengaruh Pola Orientasi Terhadap Desain Resor (Kasus Studi : Samosir Villa Resor Kawasan Tuk-Tuk). *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 4(2), 77–88.
- Ridho, I. K., & Saputra, A. (2022). Resort Sebagai Salah Satu Upaya Untuk Mengurangi Stress Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus : Sukung Cottage Kec. Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar). *Seminar Ilmiah Arsitektur III*, 274–280.
- Rosiyanti, A. W., & Susilowati, M. (2017). Perkembangan Objek Wisata di Kabupaten Bogor. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 462–469.
- Rulloh, N. (2017). *Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*.
- Soeswoyo, D. M., Jeneetica, M., Dewi, L., Dewantara, M. H., & Asparini, P. S. (2021). Tourism Potential and Strategy to Develop Competitive Rural Tourism in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5(2), 131–141. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141>
- Wardani, Y. (2013). *Hubungan Website sebagai Media Informasi Hotel dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Menginap Di Fave Hotel Premier Cihampelas*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wijaya, R., Manurung, T. M., Srihadi, C. V., & Utari, W. D. (2019). Pengaruh Atmosphere, Fasilitas dan Word of Mouth Terhadap Minat Menginap Di Hotel. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 325–330.
- Yohana, G. P., & Andjarwati, A. L. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3).