

## **SURVEY TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG WAHANA REKREASI PEMANDIAN AIR PANAS CIATER SUBANG JAWA BARAT**

**<sup>1</sup> Al Azri Hadis, <sup>2</sup> Abdul Sukur**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Olahraga, Universitas Negeri Jakarta

<sup>1</sup> alazry08@gmail.com, <sup>2</sup> Abdulkholik@unj.ac.id

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas Ciater Subang Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan pada bulan november 2020. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survey teknik angket. Sempel penelitian ini adalah pengunjung pemandian air panas Ciater sample dalam penelitian ini berjumlah 127 orang. Teknik penyebaran kuisisioner berjumlah 30 pertanyaan tentang kepuasan pengunjung yang akan dijawab oleh responden akan disebar secara offline. Teknik analisis data peneliti yaitu dengan menghitung skor jawaban, menginterpersikan jawaban dari setiap butir pernyataan, dan menginterpersikan jawaban dari setiap dimensi. Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka didapat hasil penelitian bahwa pengunjung pemandian air panas ciater yang memiliki tingkat kepuasan dengan dimensi kasat mata 50 orang atau 19,7% dengan kategori tinggi, pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater dengan dimensi keandalan 188 orang atau 74% dengan kategori tinggi, pengujung wahana rekreasi pemandian air panas ciater dengan dimensi ketanggapan 144 orang atau 57% dengan kategori tinggi, pengunjung rekreasi wahana pemandian air panas dengan dimensi jaminan 186 orang atau 73% dengan kategori tinggi dan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater dengan dimensi empati 74 orang atau 29,1% dengan kategori tinggi.

**Kata kunci;** Tingkat kepuasan, Pengunjung, Wahana Rekreasi

**Abstract.** *This study aims to determine the level of satisfaction of visitors to the Ciater Hot Springs recreational vehicle, Subang, West Java. This research was conducted in November 2020. In this study, researchers used a quantitative research method with a survey method*

*using a questionnaire technique. The sample of this research was visitors to the Ciater Hot Springs. The sample in this study was 127 people. Questionnaire distribution techniques totaling 30 questions about visitor satisfaction which will be answered by respondents will be distributed offline. The researcher's data analysis technique is to calculate the score of the answers, interpret the answers from each statement item, and interpret the answers from each dimension. From research conducted by researchers, the results obtained were that visitors to the Ciater hot spring had a level of satisfaction with visible dimensions of 50 people or 19.7% in the high category, visitors to the Ciater hot spring recreation vehicle with a reliability dimension of 188 people or 74%. with the high category, visitors to the ciater hot spring recreational vehicle with responsive dimensions of 144 people or 57% in the high category, visitors to the hot spring recreational vehicle with a guarantee dimension of 186 people or 73% with the high category and visitors to the ciater hot spring recreational vehicle with the dimensions empathy 74 people or 29.1% with high category.*

**Keywords;** *Satisfaction level, Visitors, Recreation Vehicles*

## **A. PENDAHULUAN**

Seiring kemajuan zaman minat masyarakat akan olahraga rekreasi semakin meningkat dikarenakan olahraga rekreasi memberikan suatu yang berbeda dari olahraga pada umumnya, Olahraga rekreasi merupakan kegiatan olahraga waktu luang yang dilakukan secara sukarela oleh perseorangan, kelompok, atau masyarakat. Unsur rekreasi yang sangat sering dilakukan orang adalah berwisata.

Wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang yang dilakukan secara sukarela dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pendidikan rekreasi adalah suatu program pendidikan non-formal yang menyediakan kesempatan bagi setiap individu untuk mengembangkan keterampilan jasmani, sikap sosial, mental kebiasaan dan penghayatan (psikososial) dan keterampilan intelektual (kognitif) secara harmonis dan proposional yang pada gilirannya nanti akan membentuk kepribadian serta tingkah laku seseorang. Para ahli memandang bahwa rekreasi adalah aktivitas untuk mengisi waktu senggang. Akan tetapi rekreasi dapat pula

memenuhi salah satu definisi “penggunaan berharga waktu luang” dalam pandangan itu, aktivitas diseleksi oleh individu sehingga tidak berarti membuang-buang waktu saja atau membunuh waktu.

Saat ini manusia telah menyadari akan manfaat rekreasi dalam kehidupan seiring berkembangnya era globalisasi maka semakin banyak pula rutinitas yang dilakukan, sehingga manusia pada akhirnya membutuhkan waktu dimana mereka memerlukan sebuah penyegaran kembali baik secara kesehatan jasmani dan rohani. Rekreasi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja seperti melakukan aktifitas bermain, jalan-jalan, berolahraga untuk memperbaiki dan mempertahankan kondisi kesehatan jasmani, dan rohani sebagai kebutuhan pribadi yang harus dilakukan secara teratur sehingga tubuh kita akan merasa lebih sehat dan rileks.

Sifat-sifat khusus rekreasi yaitu sebagai sarana penyaluran pelepas lelah, ketegangan, kesibukan, pencairan suasana dan sebagai pemanfaat waktu luang. Rekreasi memiliki nilai-nilai yang penting dalam upaya memperoleh keseimbangan hidup, yaitu nilai fisik yang di dalamnya terdapat nilai positif yaitu keahlian meningkatkan kesegaran jasmani dan rohani, psikis, sosial dan intelektual. Rekreasi itu sendiri harus dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip yang terkandung didalamnya yaitu dilakukan diwaktu luang, dilakukan secara sukarela tanpa paksaan, memberi kesenangan, kegembiraan, kepuasan, bersifat konstruktif atau tidak bertentangan dengan norma-norma sosial, dan mewujudkan kesegaran, fisik, mental, emosional dan sosial bagi pelakunya.

Kegiatan yang dikerjakan oleh individu baik secara perorangan maupun secara sadar serta sukarela untuk mendapatkan kesenangan, kepuasan serta kesegaran pribadi. Kegiatan rekreasi sangat dibutuhkan bagi manusia untuk memulihkan kembali kondisi jasmani dan rohani dari kondisi kejenuhan karena aktivitas sehari-hari. Rekreasi biasanya dilakukan saat seseorang memiliki waktu luang.

Rekreasi dapat dinikmati dengan menyenangkan tanpa membutuhkan biaya yang besar karena tujuan dari rekreasi adalah memulihkan kondisi tubuh dan pikiran, serta mengembalikan kesegaran. Rekreasi dibutuhkan manusia untuk memberikan ketenangan, kesenangan, kepuasan tersendiri dan dapat melepaskan kejenuhan dengan kata lain masyarakat memerlukan rekreasi dalam hidupnya untuk penyegaran fisik maupun mental setelah beraktivitas. Peranan rekreasi sangat penting didalam kehidupan

sehari-hari karena melalui rekreasi masyarakat dapat menjumpai atau menemukan kegembiraan hidup. Saat ini masyarakat telah menyadari akan manfaatnya rekreasi dalam kehidupan karena dengan seiring berkembangnya zaman era globalisasi maka semakin banyak pula rutinitas yang dilakukan, sehingga masyarakat pada akhirnya membutuhkan waktu dimana mereka memerlukan sebuah penyegaran kembali baik secara fisik, mental, dan sosial.

Kota subang dikenal dengan keindahan tempat wisatanya, salah satunya yaitu pemandian air panas yang bernama Ciater. wisata ini tidak hanya ramai dikunjungi oleh masyarakat setempat, wisata ini juga ramai dikunjungi oleh wisatawan yang berdatangan untuk menikmati tempat ini.

Objek wisata Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat ini memiliki keindahan yang begitu menarik untuk dikunjungi. Pemandian air panas ciater ini berada tidak jauh dari gunung Tangkuban Perahu. Air panas yang dihasilkan di pemandian ini juga berasal dari kawah aktif gunung Tangkuban Perahu. Air mengalir dari kawah gunung ini tidak hanya sampai kolam pemandian saja tetapi juga digunakan untuk perairan persawahan. Pemandian Air Panas Ciater ini mengandung kalsium, magnesium, chloride, sulfat, thermo, mineral, dan hyperthema kadar almunium dan keasaman yang tinggi yaitu 38,5 equiv dan ph 2,45 suhu panas yang berasal dari mata air ciater berkisar antara 43-46 derajat celcius sedangkan air yang sudah dialirkan ke kolam pemandian memiliki temperatur antara 37-42 derajat celcius.

Pemandian air panas Ciater Subang Jawa Barat ini terletak di kecamatan Ciater, Kabupaten Subang Jawa Barat tepatnya diperbatasan antara Kota Bandung, Subang dan bersebelahan dengan kota Lembang. Ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan atau pengunjung. Seiring perkembangan rekreasi pemandian air panas sudah menjadi pilihan dalam melakukan kegiatan rekreasi diantara rekreasi lainnya. Di samping menghilangkan penat juga dapat di jadikan sebagai sarana penyembuhan macam berbagai macam penyakit di karenakan air kolam pemandian air panas ini mengandung kadar belerang yang cukup tinggi.

Berwisata ke Pemandian Air Panas Subang Jawa Barat ini dapat menjadi pilihan yang menarik untuk di kunjungi. Terlihat dari banyak nya pengunjung yang datang ke wahana rekreasi Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat. Namun dari banyak nya

pengunjung yang datang, belum di pastikan bahwa pengunjung yang datang merasa puas saat berkunjung ke Wahana Rekreasi Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat.

Survey merupakan salah satu dari metode ilmiah yang masih cukup baru. Penelitian ini berkembang mulai dari abad kedua puluh. Penelitian survey dipandang sebagai salah satu cabang penelitian ilmiah dalam ilmu sosial. Prosedur-prosedur dan metode-metodenya telah dikembangkan terutama oleh psikolog, sosiolog, ekonom, ilmuan politik, dan statistikawan. Menurut estimiloginya survey berasal dari bahasa latin terdiri dari suku kata sur yang merupakan turunan kata latin super yang berarti di atas atau melampaui. Sedangkan suku kata vey berasal dari kata latin videre yang berarti melihat. Jadi kata survey berarti melihat diatas atau melampaui (Leedy, 1980 dalam Irawan Soeharto, 2000:53).

Metode survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan yang faktual. Baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau daerah. Jenis penelitian dengan cara mengumpulkan data baik berupa informasi, pendapat, atau karakteristik dari sekelompok responden yang representative terhadap penelitian tersebut.

Rancangan survey adalah prosedur dimana peneliti melaksanakan urvey atau memberikan angket atau skala pada satu sampel untuk mendeskripsikan sikap, opini, perilaku karakteristik responden, dari hasil survey ini peneliti membuat claim tentang kecenderungan yang ada dalam populasi. (Asmadi, n.d.).

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya". Kotler dkk dalam (Putri, 2014).

Kepuasan adalah Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu yang pertama yakni kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Halomoan, 2018) Yamit dalam (kanca nyoman, i. & dartini sucita, 2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk atau jasa, yang dirasakan terhadap produk atau jasa tersebut sama atau melebihi

harapan yang diinginkan oleh konsumen. Kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terpenuhi.

Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual jasa Zeithaml & Bitner dalam (Saidani & Arifin, 2012). Menurut Rangkuti dalam (Astuti Justiana, 2009) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya.

Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas pelayanan dan tidak berlaku sebaliknya, Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry dalam (Khamo, 2020) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator kualitas yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu Bukti Fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsivess*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*). Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Sebagai berikut :

- a) Bukti fisik (*Tangibles*) : kualitas pelayanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Dalam penelitian ini yang dimaksud tangibles yaitu bentuk fisik, perlengkapan dan lainnya.
- b) Keandalan (*Realibility*) : kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya. Dalam penelitian ini yang dimaksud Realibility yaitu keandalan dalam melakukan pelayanan terhadap pengunjung.
- c) Ketanggapan (*Responsivess*) : kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen. Dalam penelitian ini yang dimaksud Responsivess yaitu ketanggapan karyawan terhadap pengunjung.
- d) Jaminan (*Assurance*) : kemampuan dan keramahan serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan konsumen. Dalam penelitian ini yang dimaksud Assurance yaitu meyakinkan dan menjaga kepercayaan pengunjung terhadap karyawan

- e) Empati (*Emphaty*) : sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen. Dalam penelitian ini yang dimaksud *Emphaty* yaitu sikap karyawan kepada pasien.

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang kinerja produk anggapan (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang (Kotler dan Armstrong, 2015).

Christopher Lovelock menentukan bahwa konsumen mempunyai kriteria yang pada dasarnya identic dengan beberapa kualitas jenis jasa yang memberikan kepuasan kepada para pelanggan, kriteria atau faktor tersebut antara lain: *Tangibles* (Kasat Mata), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Maksud pernyataan tersebut adalah kepuasan pelanggan atau konsumen di tentukan oleh beberapa kriteria atau faktor kualitas jasa. Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana berpendapat bahwa konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau kriteria kualitas jasa diantaranya:

Kasat Mata, meliputi fasilitas fisik, baik perlengkapan, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, Fasilitas fisik dalam hal ini berupa peralatan dan wahana permainan, perlengkapan dalam hal ini meliputi kelengkapan alat yang tersedia. Keandalan, yakni kemampuan melakukan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, terpercaya dan memuaskan. Pelayanan dengan segera memiliki pengertian bagaimana keterampilan karyawan dalam menyikapi kebutuhan pengunjung atau wisatawan. Sehingga dengan demikian para wisatawan akan puas pada objek wisata tersebut.

Ketanggapan, yaitu kemampuan para staff dan karyawan untuk menolong para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Pelayanan dengan tanggap memiliki pengertian bagaimana staff dan karyawan dapat dengan segera memberikan pertolongan saat pengunjung membutuhkan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff dan karyawan, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan. Kemampuan dalam hal ini adalah kemampuan seorang karyawan dalam



memberikan pelayanan terhadap wisatawan atau pengunjung. Resiko dalam hal ini memiliki arti bahwa harga yang diberikan dalam pihak manajemen pengelola harus sesuai dengan harga yang diberikan.

Empati, meliputi rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan dalam melakukan hubungan. Perhatian secara Individual dalam hal ini memiliki arti bahwa wisatawan atau pengunjung memiliki hak dalam menerima pelayanan terbaik dari pihak manajemen pengelola wisata.

Pengunjung atau wisatawan merupakan orang yang mengunjungi tempat wisata dengan tujuan tertentu terutama untuk tujuan rekreasi (Atondang et al., 2017) Dapat di definisikan bahwa pengunjung merupakan individu atau kelompok yang mengunjungi suatu tempat wisata dengan maksud untuk meluangkan waktu senggang untuk memperoleh kesenangan. Ada berbagai macam pengunjung yang datang kesuatu tempat wisata baik anak-anak, remaja, maupun dewasa. Banyak pengunjung yang biasanya melakukan kegiatan rekreasi untuk memperoleh kepuasan.

Pengunjung di golongan dalam dua kategori, yang pertama yaitu Wisatawan (*tourist*) adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di Negara yang dikunjungi. Yang kedua yaitu Pelancong (*exursionist*) adalah pengunjung sementara yang tinggal di suatu Negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam sedangkan tujuan perjalanan dapat digolongkan dalam klarifikasi sebagai berikut: yang pertama Pesiar (*leisure*), yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga. Sedangkan Hubungan dagang (*business*) bertujuan untuk keperluan keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

Orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau Negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (Bila & Winarsih, 2005). Pengunjung adalah orang-orang yang berkunjung dan yang datang berdasarkan motivasi mengisi waktu senggang, berlibur dan bersenang-senang menghindari aktifitas sehari-hari. Biasanya sebelum mengunjungi tempat wisata tersebut, pengunjung akan memilih berbagai tempat wisata, seperti pantai, laut, pegunungan, taman, dan sebagainya.



Pengunjung dianggap penting untuk menilai suatu destinasi karena wisatawan merupakan pembeli atau penikmat jasa (layanan) yang ditawarkan oleh destinasi pariwisata. Wisatawan menilai suatu destinasi melalui kepercayaan dan persepsinya, yang kemudian dapat disebut citra destinasi. Perilaku wisatawan setelah berkunjung disebut dengan loyalitas wisatawan (Asya Hanif, 2016).

Menurut (Gartner, 1993) dalam (Pearce, 2005:92) citra adalah kombinasi kompleks dari beragam produk dan atribut yang terasosiasi. Citra destinasi merupakan manifestasi dari harapan pengunjung, sehingga citra mampu mempengaruhi persepsi pengunjung. Termasuk didalamnya mempengaruhi kepuasan pengunjung. Citra positif dari destinasi wisata akan menjadi penyangga terhadap kekurangan destinasi dan sebaliknya. Citra positif suatu destinasi memainkan peran penting dalam *attracting and retaining tourist* (Khansa, 2016).

(Gilmore, Rentscheler, 2008) dalam penelitian yang dilakukannya, pengalaman pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan secara totalitas berupa pelayanan kesehatan, kegiatan-kegiatan budaya, pendidikan dan hubungan sosial yang baik akan memberikan antusiasme dan partisipasi wisata untuk mengunjungi kembali daerah tersebut (Soebiyantoro, 2016) Wisatawan mempersepsikan bauran pemasaran jasa meliputi, *product* (produk), *Price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat/distribusi), *physical evidence* (kondisi fisik), *process* (proses), dan *people* (orang) sesuai dengan harapannya, berbeda (unik) dan unggul dibandingkan dengan objek wisata di daerah lain maka diduga akan berpengaruh terhadap proses keputusan untuk mengunjungi objek wisata (Lira, 2010).

Kepuasan Pengunjung merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008). Mengukur kepuasan dalam tiga item, pertama berkaitan dengan senang atau tidaknya Pengunjung terhadap keputusannya untuk berkunjung ke destinasi terkait merupakan hal yang benar, dan ketiga tingkat kepuasan secara keseluruhan selama berwisata ke destinasi pariwisata (Atila Yuksel. F, 2010). *Travel motivation* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung seperti yang dinyatakan oleh (Sri astuti Pratminingsih, Christina Lipuringtyas Rudatin, dan Tetty Rimenta, 2014) bahwa *Motivation of travel* yang artinya kondisi tempat wisata yang baik dan nyaman untuk bersenang-senang ataupun berelaksasi dapat meningkatkan motivasi

berkunjung bagi wisatawan dan dapat menimbulkan kesan yang menyenangkan di benak pengunjung (Astini, Rina, 2015) Faktor-faktor pendorong dan penarik merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial- psikologis, merupakan *person specific motivation*. Faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan digunakan untuk menjelaskan keinginan atau alasan wisatawan untuk pergi berwisata yang berkaitan dengan motif, kebutuhan dan kepentingan wisatawan (Abdulrachman, 2007).

Wahana merupakan alat atau sarana untuk mencapai suatu tujuan. Wahana rekreasi air dapat diartikan sebagai suatu wadah atau tempat dimana dapat menampung semua kegiatan yang dilakukan pada waktu senggang baik secara individual maupun secara bersama yang bersifat bebas dan menyenangkan sehingga orang cenderung melakukannya dimana menggunakan sebagai media wahana wisatanya.

Pembicaraan tentang hali wahana pada hakikatnya tidak bisa dipisahkan dari hubungan-hubungan antar media. Pengerian wahana setidaknya ada dua konsep penting yang dicangkup oleh istilah yaitu :

- a) Wahana adalah medium yang dimanfaatkan atau dipergunakan untuk mengungkapkan sesuatu.
- b) Wahana adalah alat untuk membawa atau memindahkan seusatu dari satu tempat ke tempat lain. (Darmono, 2018).

Menurut (Wahab, 1996) rekreasi adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka untuk memulihkan kemampuan fisik dan mental setelah mengalami kelelahan selama bekerja.

Rekreasi pemandian dapat diartikan sebagai salah satu bagian dari wisata dimana bertujuan untuk mencari kepuasan dan menghilangkan rasa penat dengan dengan melakukan kegiatan bersantai dipemandian. Rekreasi didefinisikan sebagai kegiatan yang menyenangkan dan disetujui secara sosial yang memulihkan individu, bersamaan dengan pengalaman waktu luang (Mandic, A , Mrnjavac, Z & Kordic, 2018) Kegiatan rekreasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari semua aspek kehidupan manusia. Manusia melakukan rekreasi rekreasi dapat memperoleh kembali keseimbangan fisik,

mental, kesehatan jasmani dan rohani. Keseimbangan antara fisik, mental, kesehatan jasmani dan rohani ini sangat penting, artinya dalam menghadapi tantangan hidup sepanjang kehidupan. Rekreasi biasanya dilakukan saat seseorang memiliki waktu luang, ketika dia bebas dari pekerjaan tugas. Setelah kebutuhan sehari-hari telah terpenuhi. Rekreasi dapat dinikmati, menyenangkan, dan bisa pula tanpa membutuhkan biaya. Rekreasi memulihkan kondisi tubuh dan pikiran, serta mengembalikan kesegaran. Kegiatan rekreasi yang dilakukan masyarakat kebanyakan tentunya dilakukan agar memperoleh tujuan yang di inginkan melalui berbagai cara seperti jalan-jalan, berolahraga, atau hanya sekedar duduk-duduk di taman. Rekreasi merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat dan sudah menjadi suatu kebutuhan bagi manusia. Sama seperti kebutuhan hidup lainnya.

Setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Di bawah ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata:

- a) Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan.
- b) Daya tarik wisata budaya (*curtural tourist attractions*), misalnya: tarian wayang, upacara adat, lagu, upacara ritual dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta, misalnya: bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis (Sedarmayanti, S, & Lia, 2018).

Daya tarik harus dikelola secara professional sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk datang. Pembangunan obyek wisata tersebut harus dirancang yang bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan (Mustikawati & Pangestuti, 2017). Potensi objek dan daya tarik di Provinsi Jawa Barat sangat beragam dan tersebar di kabupaten/kota di Jawa Barat. Objek dan daya tarik wisata tersebut telah menarik kunjungan tidak hanya wisnus tetapi juga wisman. Wisata rekreasi berbasis alam menjadi daya tarik utama, berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan ke objek dan daya tarik wisata yang terdapat di Jawa Barat.

Kota subang dikenal dengan keindahan tempat wisatanya, salah satunya yaitu pemandian air panas yang bernama Ciater. wisata ini tidak hanya ramai dikunjungi oleh masyarakat setempat, wisata ini juga ramai dikunjungi oleh wisatawan yang berdatangan untuk menikmati tempat ini. Objek wisata Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat ini memiliki keindahan yang begitu menarik untuk dikunjungi. Pemandian air panas ciater ini berada tidak jauh dari gunung tangkuban perahu. Air panas yang dihasilkan dipemandian ini juga berasal dari kawah aktif gunung tangkuban perahu. Air mengalir dari kawah gunung ini tidak hanya sampai kolam pemandian saja tetapi juga digunakan kalsium, magnesium, chloride, sulfat, thermo, mineral, dan hyperthema kadar almunium dan keasaman yang tinggi yaitu 38,5 equiv dan ph 2,45 suhu panas yang berasal dari mata air ciater berkisar antara 43-46 derajat celcius sedangkan air yang sudah dialirkan ke kolam pemandian memiliki temperatur antara 37-42 derajat celcius.

Pemandian air panas Ciater Subang Jawa Barat ini terletak dikecamatan ciater, kabupaten subang jawa barat tepatnya diperbatasan antara kota bandung, subang dan bersebelahan dengan kota lembang. Ini terjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan atau pengunjung. Seiring perkembangan rekreasi pemandian air panas sudah menjadi pilihan dalam melakukan kegiatan rekreasi diantara rekreasi lainnya. Disamping menghilangkan penat juga dapat dijadikan sebagai sarana penyembuhan macam penyakit dikarenakan air kolam pemandian air panas ini mengandung kadar belerang yang cukup tinggi.

## **B. METODE**

### **1. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei, penentuan sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Pemberian nilai jawaban pada setiap pernyataan dan pertanyaan berdasarkan skala likert, penilaian tanggapan atau jawaban angket berdasarkan skala likert meliputi 5 (lima) kategori

pilihan jawaban, angket akan diberikan kepada 254 sampel yang sudah ditentukan dalam table Krecjie & Morgan.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Instrument Penelitian**

Teknik pengambilan data dengan mengunjungi pemandian air panas ciater subang jawa barat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket. Pemberian nilai jawaban pada setiap pertanyaan-pertanyaan berdasarkan “skala likert”.

### **b. Definisi Konseptual**

Minat adalah rasa ingin terhadap suatu objek yang timbul dari hati karena memperhatikan objek atau suatu kegiatan yang disukainya tanpa ada paksaan yang disertai dengan adanya perasaan, perhatian, dan motif yang menghasilkan respon terarahkan pada pengunjung yang menekankan kepuasan dan rasa senang kepadanya.

### **c. Definisi Operasional**

Kepuasan adalah skor yang didapat dari pernyataan-pernyataan atau butir-butir instrument dalam bentuk skala likert yang disampaikan kepada responden. Kepuasan pelanggan di tentukan oleh beberapa kualitas jenis jasa, yang terdiri dari aspek *Tangible* (Kasat Mata), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Asurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati). Kepuasan adalah skor yang didapat dari pernyataan-pernyataan atau butir-butir instrument dalam bentuk skala likert yang disampingkan kepada responden.

### **d. Kisi-Kisi Instrumen**

Kisi-kisi angket untuk mengatur responden atau tanggapan dari wisatawan yang bersangkutan berdasarkan dimensi yang akan disajikan atas dua kisi-kisi instrument yang di uji cobakan dan kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengetahui tanggapan wisatawan yang mengunjungi Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat. Kisi-kisi instrumen ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang diberikan setelah uji coba validasi dan rellabilitas kepada 254 orang sebagai berikut

## **3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas**

### **a. Uji Coba Instrumen**

Peneliti menyebarkan angket ke pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat.

b. Uji Validitas Instrumen

Proses pengembangan instrumen dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk skala likert sampel yang sudah di tentukan jumlahnya 254 sampel dengan menggunakan table Kretjie & Morgan dalam menentukan populasi yang diambil untuk dijadikan sampel berdasarkan tabel.

**4. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yang terdiri dari langkah-langkah dalam menganalisa data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Menghitung skor jumlah jawaban masing- masing responden dari setiap butir pertanyaan.
- b) Menghitung skor jawaban rata-rata tiap butir pertanyaan sebagai hasil jawaban responden yaitu dengan cara menghitung jumlah skor dari tiap butir pertanyaan dibagi jumlah responden, kemudian dikalikan 100% dengan rumus:

$$X = \frac{\sum x}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

X = Skor Rata-Rata Jawaban

$\sum x$  = Jumlah Skor Tiap Butir

N = Jumlah Responden

- c) Menginterpretasikan setiap butir pertanyaan berdasarkan pilihan dari persentase.
- d) Menghitung persentase jumlah jawaban atas masing-masing jawaban untuk setiap dimensi.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian survey tingkatkepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat tergolong tinggi dengan hasil 66,9%. Dapat dilihat pada tabel hasil keseluruhan sebagai berikut:

**Tabel 1. Dimensi Keseluruhan**

|                     |
|---------------------|
| Dimensi Keseluruhan |
|---------------------|

| Kategori | Interval | Frekuensi | Presentase |
|----------|----------|-----------|------------|
| Rendah   | 25-57    | 0         | 0,0        |
| Sedang   | 58-90    | 84        | 33,1       |
| Tinggi   | 91-125   | 170       | 66,9       |
|          |          | 254       | 100        |

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat 170 orang dengan kategori tinggi, dengan presentase 66,9%, 84 orang dengan kategori sedang, dengan presentase 33,1%, dan tidak ada dengan kategori rendah. Jadi terlihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi kasat mata dibagi menjadi 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, rendah dengan tabel nilai sebagai berikut:

**Tabel 2. Dimensi Kasat Mata**

| Kasat Mata |        |          |            |
|------------|--------|----------|------------|
| Kriteria   |        | Populasi | Presentase |
| Rendah     | 5-11'  | 4        | 1,6        |
| Sedang     | 12-18' | 200      | 78,7       |
| Tinggi     | 19-25  | 50       | 19,7       |
| Frekuensi  |        | 254      | 100        |

Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dari dimensi keandalan berjumlah 188 orang dengan kategori tinggi, 66 orang dengan kategori sedang dan tidak ada dengan kategori rendah. Jadi terlihat bahwa Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater suabng jawa barat dengan dimensi keandalan berjumlah 188 orang atau (74,0%) dikategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi ketanggapan dibagi menjadi 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, rendah dengan tabel nilai sebagai berikut:



**Tabel 3. Dimensi Ketanggapan**

| Ketanggapan |        |          |            |
|-------------|--------|----------|------------|
| Kriteria    |        | Populasi | Presentase |
| Rendah      | 5-11'  | 32       | 12,6       |
| Sedang      | 12-18' | 78       | 30,7       |
| Tinggi      | 19-25  | 144      | 57         |
| Frekuensi   |        | 254      | 100        |

Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dari dimensi ketanggapan berjumlah 144 orang dengan katagori tinggi, 78 orang dengan katagori sedang dan 32 oarang dengan katagori rendah. Jadi terlihat bahwa tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dengan dimensi ketanggapan berjumlah 144 orang atau (57%) dikategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi jaminan dibagi menjadi 3 kategori yaitu> tinggi, sedang, rendah dengan tabel nilai sebagai berikut:

**Tabel 4. Dimensi Jaminan**

| Jaminan   |        |          |            |
|-----------|--------|----------|------------|
| Kriteria  |        | Populasi | Presentase |
| Rendah    | 5-11'  | 0        | 0,0        |
| Sedang    | 12-18' | 68       | 26,8       |
| Tinggi    | 19-25  | 186      | 73         |
| Frekuensi |        | 254      | 100        |

Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dari dimensi jaminan tidak ada dengan kategori rendah, 68 orang dengan kategori sedang, 186 orang dengan kategori tinggi. Jadi terlihat bahwa tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dengan dimensi jaminan berjumlah 186 orang atau (73%) dikategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian pada dimensi empati dibagi menjadi 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, rendah dengan tabel sebagai berikut:

**Tabel 5. Dimensi Empati**

| Empati    |        |          |            |
|-----------|--------|----------|------------|
| Kriteria  |        | Populasi | Presentase |
| Rendah    | 5-11'  | 0        | 0,0        |
| Sedang    | 12-18' | 180      | 70,9       |
| Tinggi    | 19-25  | 74       | 29,1       |
| Frekuensi |        | 254      | 100        |

Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat dari dimensi empati berjumlah 74 orang dengan kategori tinggi, 180 orang dengan kategori sedang dan 0 orang dengan kategori rendah. Jadi terlihat bahwa tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas dengan dimensi empati berjumlah 74 orang atau (29,1%) dengan kategori tinggi.

Penelitian Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat. Ditinjau dari aspek keseluruhan 170 orang dengan kategori tinggi, 78 orang dengan kategori sedang, dan tidak ada dengan kategori rendah. Ditinjau dari dimensi kasat mata dengan kategori tinggi 50 orang, 200 orang dengan kategori sedang, dan 4 orang dengan katagori rendah. Pada dimensi keandalan 188 orang dengan kategori tinggi, 66 orang dengan kategori sedang, dan tidak ada dengan kategori rendah. Pada dimensi ketanggapan, 144 orang dengan kategori tinggi, 49 orang dengan kategori sedang, dan 32 orang dengan kategori rendah. Pada dimensi jaminan, 186 orang dengan kategori tinggi, 68 dengan ketegori sedang, dan tidak ada dengan kategori rendah. Pada dimensi empati, 74 orang dengan ketegori tinggi, 180 orang sedang, dan tidak ada dengan kategori rendah.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater subang jawa barat ditinjau dari persentase keseluruhan 66,9% dengan kategori tinggi. Ditinjau dari dimensi kasat mata (19,7%) dengan kategori tinggi, ditinjau dari dimensi keandalan (74,0%) dengan kategori tinggi, dan ditinjau dari dimensi ketanggapan (57,0%) dengan kategori tinggi. ditinjau dari

dimensi jaminan (73%) dengan kategori tinggi. Dan ditinjau dari dimensi empati (29,1%) dengan kategori tinggi.

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Survey tingkat kepuasan pengunjung wahana rekreasi pemandian air panas ciater jawa barat dapat disimpulkan bahwa:

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa Tingkat Kepuasan Pengunjung Wahana Rekreasi Pemandian Air Panas ditinjau dari Dimensi kasat mata (19,7%) dengan kategori tinggi, ditinjau dari dimensi keandalan (74%) dengan kategori tinggi, dan ditinjau dari dimensi ketanggapan (57%) dengan kategori tinggi, ditinjau dari dimensi jaminan (73%) dengan kategori tinggi, dan dari dimensi empati (29,1%) dengan kategori tinggi.

Dari keseluruhan dimensi hasil penelitian Survei Tingkat Kepuasan Pengunjung Wahana Rekreasi Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat 170 atau 66,9% orang dengan kategori tinggi, 84 orang atau 33,1% dengan kategori sedang dan tidak ada dengan kategori rendah. Dapat disimpulkan tingkat Kepuasan Pengunjung yang berkunjung ke Pemandian Air Panas Ciater Subang Jawa Barat masuk dalam kategori tinggi melihat pada keseluruhan dari dimensi keseluruhan.

Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa model model gerak dasar berbasis permainan di Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Amir Hamzah ini dapat diterapkan pada anak-anak yang mengunjungi RPTRA Amir Hamzah.

Pada penelitian ini didapatkan 15 model permainan gerak dasar yang layak dan dapat diterapkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdulrachman, A. (2007). Explicit and Implicit Motivation Towards Outbond toursm : A study of saudi Tourist. *Jurnal Tourist and Hospitality Essentials (THE)*, NO 1,46.
- Asmadi, A. (n.d.). *pendekatan kuantitatitatif dan kualitatif serta kombinasinya dalam penelitian psikolog*. pustaka belajar.
- Astini, Rina, s. (2015). Pengaruh Destination Image Travel Motivation Dan Kualitas Pelyanan Terhadap Kepuasan Pengunjung ( Studi kasus pada wisatwan nusantara

muslim Dipantai carita pandeglang banten ). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1, 3.

Astuti Justiana, h. (2009). Pengaruh Nilai Yang Di Persepsikan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Asuhan Kebidanan Ibu Hamil*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Asya Hanif, A. K. (2016). Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38, 1, 45.

Atila Yuksel. F, Y. (2010). destination attachment: Effects on customer satisfaction and cognitive, affective and conative loyalty. *Tourism Management*, 274–284.

Atondang, M. O. N. A. A. N. M., Ahruni, B., & Ermawan, R. A. H. (2017). *PENGARUH TINGKAT KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP WILLINGNESS TO PAY DI PLENGKUNG TAMAN NASIONAL ALAS PURWO ( The Effect of Visitor Satisfaction Level on Willingness to Pay at Plengkung , in Alas Purwo National Park )*. 164–170.

Darmono, S. D. (2018). *alih wahana*. Gramedia Pustaka Utama.

Halomoan, A. (2018). Analisis Pengaruh Dimensi

Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Telaga Futsal Di Yogyakarta. *信阳师范学院*, 10(2), 1–15.

kanca nyoman, i. & dartini sucita, D. p. t. (2003). *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Layanan Akademik Jurusan Penjaskesrek*. 1, 6–8. <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>

Khamo, W. (2020). *Pengaruh Pelayanan (Tangible, reliability, Responsiveness, Assurance, Dan Empathy) Terhadap Kepuasan Konsumen PT Nutri Inti Prima Perkasa Medan*. 1(1).

Khansa, V. R. (2016). Pengaruh harga dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali melalui kepuasan (studi pada wisatawan domestik kebun raya bogor ). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5, 4.

Kotler dan Armstrong. (2015). *Principle Of Marketing* (15th ed.).

- Lira, R. P. (2010). pengaruh implementasibauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata dikota padang. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 92.
- Mandic, A , Mrnjavac, Z & Kordic, L. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and Hospitality Management.*, 24 (1), 41–62. <https://doi.org/10.20867/thm.24.1.12>
- Mustikawati, T. A., & Pangestuti, E. (2017). Analisis pengembangan sarana prasarana obyek wisata alam telaga ngebel dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(2), 1–10.
- Putri, U. (2014). PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH (Studi pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 16(1), 84848.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Soebiyantoro, U. (2016). pengaruh ketersediaan sarana prasarana, sarana transportasi terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4, 1, 17.
- Wahab. (1996). *manajemen kepariwisataan*. Pradnya paramita.