

ABSTRACT

This research is conducted to find out the visitor's perception towards components of the tourism product offered in Seplawan Cave. Furthermore, it explains about the steps that can be done in developing Seplawan Cave based on product components that have been assessed by visitors. This development steps is needed to do so it can increase product values, from attraction, infrastructure and superstructure, as well as hospitality service offer in Seplawan Cave based on visitor's demand.

In this reasearch, researcher used quantitative and qualitative data. The data collected through distributing questionnaires to 100 respondents which determined by purposive sampling, specifically visitors with minimal 15 years old and visitors who had done caving Seplawan Cave. The data also taken from interview with the visitors and the organizer of tourist attraction, and also from field observation and literature review. To formulate the steps that can be done for developing Seplawan Cave, this research uses SWOT analysis and the results obtained are elaborated descriptively.

The result of this research shows that the existing product components were assessed positively by the visitors. There are 2 indicators that receive negative perception from visitors. They are the items about communication network and the number of gazebos. The results of the SWOT analysis emerging alternative strategies that can be done to defend and increase the products offered in Seplawan Cave. The steps can be done are particularly to maintain the existing tourism patrimony; developing the infrastructure such as road access, transportation, sanitation in toilet, communication networking; superstructure such as the development of tourist information center, local food, lodging facilities, increasing the number of gazebos, development of Lokita Loka hill; and increasing hospitality by maximizing the competence of human resources in tourist attraction.

Keywords: visitor's perception, components of the tourism product, development steps, SWOT analysis

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap komponen produk wisata yang ditawarkan di Goa Seplawan. Kemudian akan dijelaskan pula langkah-langkah apa saja yang dapat dilakukan dalam rangka pengembangan wisata Goa Seplawan berdasarkan penilaian yang telah dilakukan oleh pengunjung. Langkah-langkah pengembangan ini diperlukan guna meningkatkan nilai produk baik dari segi daya tarik, sarana dan prasarana, maupun pelayanan yang diberikan di Goa Seplawan berdasarkan kebutuhan pengunjung.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 100 responden yang ditentukan melalui *purposive sampling*, yaitu pengunjung yang berusia minimal 15 tahun dan sudah melakukan kegiatan susur Goa Seplawan. Pengambilan data juga diperoleh dari wawancara kepada pengunjung dan pengelola, observasi serta studi pustaka. Untuk merumuskan langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan Goa Seplawan, dilakukan analisis SWOT dan kemudian hasil yang didapat dijabarkan secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan komponen produk yang ada secara keseluruhan dinilai positif oleh pengunjung. Terdapat 2 indikator yang mendapat persepsi negatif, yaitu butir pernyataan mengenai jaringan komunikasi dan jumlah gazebo yang dinilai kurang baik. Hasil analisis SWOT memunculkan strategi alternatif yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan produk yang ditawarkan di Goa Seplawan, yaitu secara khusus adalah mempertahankan warisan pariwisata yang ada; mengembangkan infrastruktur seperti akses jalan, transportasi, sanitasi toilet, jaringan komunikasi; mengembangkan superstruktur seperti pusat informasi pariwisata, makanan lokal, fasilitas penginapan, penambahan gazebo, pengembangan Bukit Lokita Loka; serta peningkatan pelayanan dengan memaksimalkan kompetensi sumber daya manusia di objek wisata.

Kata kunci: persepsi pengunjung, komponen produk wisata, langkah-langkah pengembangan, analisis SWOT