
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MENURUNNYA JUMLAH PENGUNJUNG DI
OBYEK WISATA AIR BOJONGSARI (OWABONG)**

Penulis 1: Fadlan Gilang Nugroho

Penulis 2: Sutirman

Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran

Email: gilang2csm@gmail.com – sutirman@uny.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya jumlah pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) berdasarkan karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir.

Desain penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya jumlah pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) yang dibagi kedalam dua dimensi faktor yaitu dimensi fasilitas dan dimensi pelayanan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pada saat dilakukan penelitian sedang berkunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) yaitu mulai tanggal 2 April sampai 17 April 2016. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan sampling insidental. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase.

Hasil penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya jumlah pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari adalah: (1) naiknya harga tiket masuk Owabong; (2) wahana dan fasilitas permainan air di Owabong belum seimbang dengan harga tiket masuk; (3) penghapusan gratis *soft drink* bagi pengunjung yang memiliki tiket masuk; (4) kamar bilas yang tersedia di Owabong belum memadai dan fasilitas untuk keperluan bilas belum lengkap; (5) kamar bilas yang tersedia di Owabong jumlahnya belum cukup untuk menampung pengunjung yang melakukan bilas; (6) lambatnya pelayanan di bagian tiket masuk; (7) karyawan Owabong tidak bersikap responsif terhadap para pengunjung; (8) penjaga kolam renang (*lifeguard*) tidak memberikan perhatian yang maksimal pada pengunjung; (9) kebersihan yang tidak terjaga di area Owabong; (10) kebersihan air di dalam kolam renang tidak terjaga.

Kata Kunci : penurunan jumlah penunjung, obyek wisata wisata air bojongsari.

**FACTORS WHICH ARE AFFECT THE DECREASING NUMBER OF VISITORS IN
BOJONGSARI WATER PARK (OWABONG)**

ABSTRACT

This study aims to determine the factors influencing the visitors declining Bojongsari Water Park (Owabong) based on the characteristic of the respondents including gender, age, occupation and education. This study is descriptive quantitative research. The variables in this are the factors influencing the decline in the number of visitors at the Bojongsari Water Park (Owabong). The factors were divided into two dimensional factors, the dimension of the facility and the service dimension. The population of this study is all visitors at the time when the researcher was visiting the Bojongsari Water Park (Owabong) from 2 April to 17 April 2016. Data was collected by sampling incidental technique the data was analyzed by using quantitative descriptive analysis method with percentages.

The results of this study about factors which are affect the decreasing number of visitors in Bojongsari Water Park (Owabong) are: (1) the increase in the price of admission Owabong; (2) rides and water games facilities in Owabong are not balanced with the price of admission; (3) the omission of free soft drink for visitors; (4) rooms available in Owabong rinse inadequate and facilities to support the rinse is incomplete; (5) rinse rooms available in Owabong amount are not enough to accommodate visitors who do rinse; (6) the slow service at the entrance ticket; (7) Owabong employees are not responsive to the visitors; (8) lifeguard at the pool do not give maximum attention to the visitors; (9) cleanliness is not maintained in the Owabong area; (10) the cleanliness of the water in the poll is not maintained.

Keywords : declining numbers of visitors, bojongsari water park.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu negara. Dengan pariwisata, maka suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada, akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada wisatawan yang datang. Pariwisata merupakan fenomena yang sangat kompleks dan bersifat unik, karena pariwisata bersifat multidimensi baik fisik, sosial, ekonomi, dan budaya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus.

Salah satu tempat yang dapat dikunjungi untuk berwisata yaitu Obyek Wisata Air Bojongsari (OWABONG) yang terletak di Kabupaten Purbalingga. Obyek wisata andalan Kabupaten Purbalingga ini awalnya merupakan ide dari Bapak Bupati Purbalingga kala itu yaitu Bapak Triyono Budi Sasongko yang ingin membangun sebuah obyek wisata andalan di Kabupaten Purbalingga. Proyek pembangunan Owabong dimulai tahun 2002 dan selesai pada tahun 2005. Owabong diresmikan secara *soft opening* oleh Bapak Triyono Budi Sasongko pada tanggal 1 Maret 2005 dan diresmikan kembali oleh Bapak Mardiyanto selaku Gubernur Jawa Tengah saat itu pada tanggal 18 Maret 2005 sekaligus sebagai *grand opening* Owabong.

Pada awal dibukanya untuk umum Owabong sangatlah ramai pengunjung karena para wisatawan mengaku mereka jarang sekali berkunjung ke *water park* dengan air asli mata air sehingga mereka penasaran untuk mengunjungi Owabong. Bahkan di tahun 2006 dan 2007 Owabong memecahkan rekor dengan jumlah pengunjung terbanyak dalam satu tahun di Jawa Tengah dengan mengalahkan Candi Borobudur yang mana merupakan ikon pariwisata Jawa Tengah. Namun dalam 5 tahun kebelakang sejak 2009-2013 Owabong mengalami penurunan jumlah pengunjung yang sangat banyak jumlahnya, berdasarkan keterangan dari Kepala Marketing Owabong yaitu Bapak Budi Anggoro pada tahun 2009-2013 Owabong mengalami penurunan jumlah pengunjung sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Owabong tahun 2009-2013

Tahun	Jumlah Pengunjung
2009	992.607
2010	821.624
2011	711.578
2012	700.146
2013	685.654

Sumber: Kepala Bagian Marketing Owabong

Berdasarkan data yang didapatkan di atas jelas sekali bahwa Owabong memiliki masalah yang mengakibatkan turunnya jumlah pengunjung yang sangat drastis. Budi Anggoro memberikan keterangan tambahan tentang adanya pergantian kepemimpinan baru pada tahun 2009 sampai saat ini. Pada saat pergantian kepemimpinan, Owabong sedang dalam puncak kejayaan dengan jumlah pengunjung yang sangat luar biasa jumlahnya. Namun, pada tahun pertama kepemimpinan baru terjadi banyak perubahan peraturan diantaranya: tiket masuk pengunjung dinaikkan, tidak lagi memberikan uang tips kepada para sopir bus atau pembawa rombongan, dihapuskannya gratis *soft drink* bagi pengunjung yang mempunyai tiket, serta kurangnya promosi keluar daerah. Perubahan peraturan tersebut ternyata menjadi dampak yang sangat luar biasa terhadap penurunan jumlah pengunjung. Berdasarkan keterangan Kepala Bagian Marketing Owabong kemudian peneliti ingin mengetahui tanggapan dari beberapa pengunjung tentang peraturan baru ini, para pengunjung puas atau tidak puas terhadap beberapa peraturan yang dihapuskan untuk pengunjung seperti, harga tiket yang naik dan ditiadakan lagi gratis *soft drink* untuk para pengunjung yang memiliki tiket. Sebanyak 45 pengunjung yang berhasil ditemui di lapangan, kemudian didapatkan hasil sebagai berikut :

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Puas	2
2.	Tidak Puas	40
3.	Tidak tahu	3
Jumlah		45

Berdasarkan data yang diperoleh di atas sebanyak 40 pengunjung yang berhasil ditemui dilapangan mengaku tidak puas terhadap peraturan baru di Owabong. Para pengunjung mengeluhkan kenaikan harga tiket dan dihapuskannya gratis *soft drink* untuk pengunjung yang memiliki tiket

masuk. Sebanyak 2 pengunjung merasa puas terhadap peraturan baru yang ada di Owabong. Para pengunjung menganggap fasilitas yang ada di Owabong sudah memadai sehingga wajar jika Owabong menaikkan harga tiket masuk. Sebanyak 3 pengunjung menjawab tidak tahu, mereka berasal baru pertama kali datang ke Owabong sehingga mereka tidak tahu jika peraturan di Owabong sudah diganti. Sebagai perusahaan penyedia jasa yang dalam hal ini bergerak dibidang pariwisata harusnya Owabong selalu memberikan rasa puas kepada setiap pengunjung yang datang dengan segala fasilitas yang dimiliki. Menurut Anderson dkk (Fandy Tjiptono, 2011:432), kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sebuah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan dan meningkatnya efisiensi serta produktivitas karyawan. Selain bertujuan untuk memuaskan para pengunjung, Owabong juga harus memberikan pelayanan jasa.

Jasa adalah suatu pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dan disaat ini jasa telah menjadi suatu tolok ukur bagi konsumen untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Dalam jasa atau pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak yang terlibat tidak terlalu menyadarinya. Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2009: 36) memberi batasan tentang jasa yaitu, setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Owabong bergerak dibidang jasa pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk sekedar mencari hiburan setelah menjalankan rutinitas yang padat. Menurut James J. Spillane (1989: 21) Pariwisata adalah “perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan oleh perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.”

Agar para pengunjung merasa puas dan terkesan dengan harapan nantinya pengunjung akan kembali lagi berwisata ke Owabong, maka pihak pengelola Owabong juga harus dapat memasarkan produk jasanya dengan baik. Menurut William J. Stanton (Basu Swasta Dharmmesta & T. Hani Handoko, 1997: 3)

sebagai berikut: “pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menurut tingkat eksplanasi atau tingkat penjelasan merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui apa saja Faktor-faktor yang Mempengaruhi Menurunnya Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) yang terletak di Jalan Owabong Bojongsari. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 2 April – 17 April 2016.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) berjumlah 100 orang.

Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan dengan membagikan angket atau kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dengan angket atau kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik Analisi Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan persentase.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Sejarah Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong)

Owabong pertama kali dikenal oleh masyarakat sekitar bernama Pemandian Bojongsari. Kolam ini pertama kali dibangun tahun 1946 oleh seorang warga Negara Belanda, dengan nama Pemandian Bojongsari. Mereka membangun kolam tersebut sebagai sarana rekreasi dan pemandian khusus bagi keluarga dan

keturunan orang Belanda, karena mereka senang dengan kejernihan airnya yang dialiri oleh tiga tuk (mata air) yaitu tuk Cipawon, Cikupel, dan tuk Cidangang. Luas awal kolam pemandian Bojongsari pada waktu dibangun kurang lebih 1 hektar. Dimensi kolam pertama kali adalah panjang kolam 33 m dan lebar 17 m, serta kedalaman kolam 3,5 m (terdalam) dan 75 cm (terdangkal).

Kolam pemandian Bojongsari pertama kali direhabilitasi pada tahun 1956, hal ini disebabkan karena pada tahun 1948 kolam ini dihancurkan oleh tentara Belanda pada masa setelah kemerdekaan Indonesia. Kolam ini akhirnya berhasil dimiliki oleh seorang keturunan Tionghoa bernama Kwi Sing dari Purbalingga (Yayasan Bina Kasih). Selama berada ditangan Kwi Sing kolam pemandian Bojongsari banyak mengalami perubahan, diantaranya konstruksi bangunan kolam yang semula dibuat dari batu kali diganti dengan konstruksi beton, sehingga terlihat lebih rapi. Di sekitar kolam pemandian Bojongsari juga dibuat taman-taman yang indah, sehingga kolam terlihat indah dan asri.

Kolam pemandian Bojongsari selama dimiliki oleh Kwi Sing ternyata banyak yang berkunjung untuk berenang dan *refreshing*, sehingga Kwi Sing membuka kolam pemandian Bojongsari untuk umum dan mulai dikelola untuk bisnis keluarga Kwi Sing. Setelah berpuluh-puluh tahun kolam pemandian Bojongsari kurang berkembang karena mendapat saingan dari kolam renang Tirto Asri Walik, yang letaknya tidak jauh dari lokasi kolam pemandian Bojongsari tepatnya 1 km disebelah barat desa Bojongsari.

Pada bulan Juni 2004 merupakan awal perkembangan kolam pemandian Bojongsari. Kolam pemandian ini diambil alih kepemilikannya oleh PEMDA Purbalingga untuk direhabilitasi dan dikembangkan menjadi salah satu aset obyek wisata air terbesar di Jawa Tengah dengan luas 4,8 hektar. Dengan berbagai macam penambahan lahan, fasilitas dan jumlah kolamnya yang bervariasi maka kolam pemandian Bojongsari berganti nama menjadi Owabong (Obyek Wisata Air Bojongsari). Owabong diresmikan secara *soft opening* oleh Bapak Triyono Budi Sasongko sebagai Bupati Purbalingga. Pada tanggal 1 Maret 2005 dan *Grand Opening* oleh Bapak Mardiyanto selaku Gubernur Jawa Tengah pada tanggal 18 Maret 2005.

2. Visi dan Misi Obyek Wisata Air Bojongsari (owabong)

Visi dan Misi Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) yaitu:

- a. Visi Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) adalah menjadi Obyek Wisata terlengkap dan terkemuka di Jawa Tengah.
- b. Misi Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) yaitu :
 - 1) Menghadirkan wahana dan fasilitas wisata dan edukasi yang bersifat kreatif dan interaktif.
 - 2) Menyajikan sarana atau fasilitas edukatif – reaktif sekaligus sebagai media belajar mengajar luar sekolah.
 - 3) Menjadi andalan kemandirian finansial Purbalingga.
 - 4) Mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sekitar.

3. Struktur Organisasi

Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Purbalingga yang masih dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Purbalingga. Struktur organisasi kepengurusan yaitu Dewan Pengawas, Direktur, Bagian Keuangan, Bagian operasional dan Bagian Marketing (periode 2014 sampai 2019) sebagai berikut:

- a. Dewan Pengawas : H. Tasdi, S.H. dan H. Tongat, S.H.
- b. Direktur : R. Wisnu Danardono, S.H.
- c. Kepala Bagian Keuangan : Atit Pinanti Wilupi, S.E.
- d. Kepala Bagian Operasional : Eko Susilo, S.H.
- e. Kepala Bagian Marketing : Hermawan Budi Anggoro, S.H.

Deskripsi Data

Pembahasan data dalam penelitian ini terdiri atas deskripsi karakteristik responden dan deskripsi tanggapan responden tentang faktor pelayanan dan fasilitas Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong).

Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

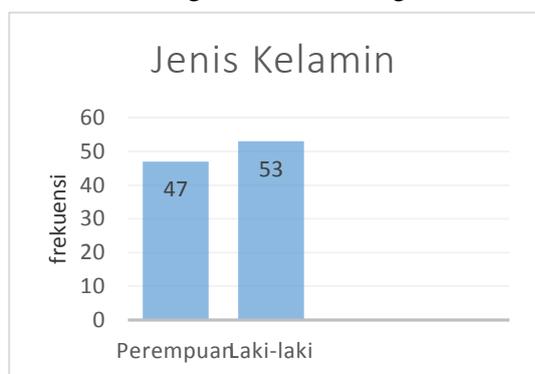
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok jenis kelamin laki-laki dan kelompok jenis kelamin perempuan. Hasil kuesioner yang dikumpulkan dan diolah menjadi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	53	53%
2	Perempuan	47	47%
Total		100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2016.

Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasar jenis kelamin Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) apabila digambar dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin.

Tabel 2 dan gambar 1 menunjukkan bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini jenis kelamin laki-laki lebih dominan dari pada jenis kelamin perempuan. Jenis kelamin laki-laki sebesar 53% atau 53 responden, jenis kelamin perempuan sebesar 47% atau 47 responden. Akan tetapi, hasil tersebut belum tentu menggambarkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke Obyek Wisata Air Bojongsar (owabong) didominasi oleh salah satu kelompok jenis kelamin saja.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

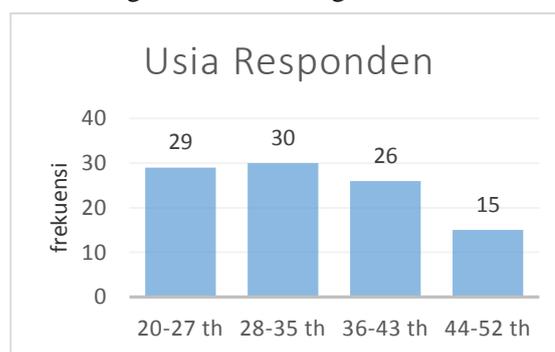
Usia responden dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu kelompok usia 20-27 tahun, 28-35 tahun, 36-43 tahun dan 44-52 tahun. Hasil jawaban responden ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	20-27 tahun	29	29%
2	28-35 tahun	30	30%
3	36-43 tahun	26	26%
4	44-52 tahun	15	15%
Total		100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2016.

Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasar usia Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) apabila digambar dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Diagram Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasar usia.

Tabel 3 dan gambar 2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak berusia 28-35 tahun yaitu sebesar 30% atau sebanyak 30 responden, kemudian yang berusia 20-27 tahun yaitu sebesar 29% atau sebanyak 29 responden, kemudian yang berusia 36-43 tahun yaitu sebesar 26% atau sebanyak 26 responden dan usia 44-52 tahun sebesar 15% atau sebanyak 15 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengunjung yang berkunjung ke Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) didominasi oleh usia 20-27 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan

Pekerjaan responden dikelompokkan menjadi lima kelompok, yaitu kelompok Guru, Mahasiswa, PNS, Karyawan Swasta, dan

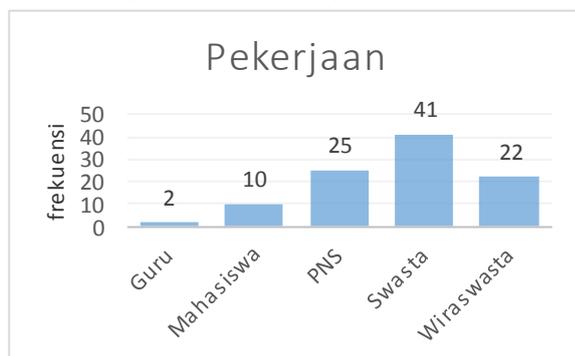
Wiraswasta. Hasil analisis data berdasarkan pekerjaan pada tabel berikut :

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Guru	2	2%
2.	Mahasiswa	10	10%
3.	PNS	25	25%
4.	Karyawan Swasta	41	41%
5.	Wiraswasta	22	22%
Total		100	100%

Sumber: Data yang diolah, 2016.

Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasar pekerjaan Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) apabila digambar dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Diagram Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan

Tabel 4 dan gambar 3 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak adalah Karyawan Swasta sebesar 41% atau 41 responden, diikuti oleh PNS sebesar 25% atau 25 responden, untuk Wiraswasta sebesar 22% atau 22 responden, untuk Mahasiswa sebesar 10% atau 10 responden dan terendah yaitu Guru sebesar 2% atau 2 responden.

d. Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir

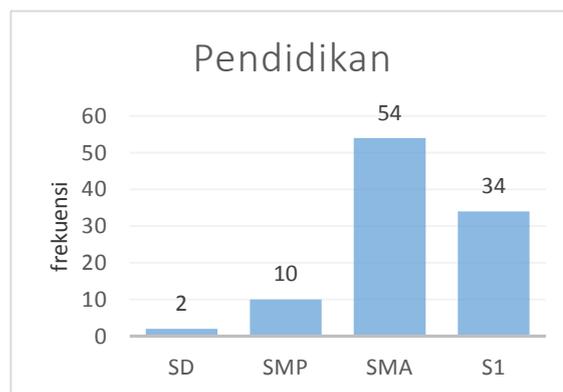
Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu SD, SMP, SMA, dan Sarjana (S1). Hasil analisis data berdasarkan pendidikan terakhir pada tabel berikut :

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	SD	2	2%
2.	SMP	10	10%
3.	SMA	54	54%
4.	S1 (Sarjana)	34	34%
Total		100	100%

Sumber: data primer yang diolah, 2016.

Distribusi frekuensi karakteristik responden berdasar pendidikan terakhir Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) apabila digambar dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 4. Diagram Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden Berdasar Pendidikan Terakhir

Tabel 5 dan gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir responden terbanyak adalah lulusan SMA sebesar 54% atau 54 responden, diikuti oleh lulusan S1 sebesar 34% atau 34 responden, untuk lulusan SMP sebesar 10% atau 10 responden, dan yang paling sedikit adalah lulusan SD sebesar 2% atau 2 responden.

Tanggapan Responden

1) Kenaikan Harga Tiket Masuk

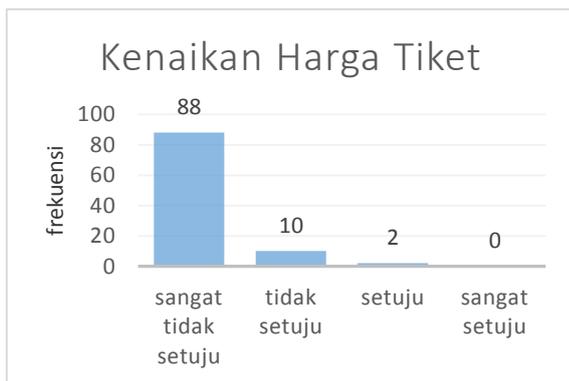
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen kenaikan harga tiket masuk Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Persetujuan Kenaikan Harga Tiket Masuk

No	Tingkat Persetujuan Kenaikan Harga Tiket Masuk	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	88	88%
2.	Tidak Setuju	10	10%
3.	Setuju	2	2%
4.	Sangat Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi kenaikan harga tiket masuk Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 6 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 5. Diagram Distribusi Frekuensi Kenaikan Harga Tiket Masuk

Mayoritas responden sangat tidak setuju terhadap kenaikan harga tiket, yaitu 88 orang (88%), responden yang tidak setuju ada 10 orang (10%), responden yang setuju ada 2 orang (2%), dan tidak ada responden yang sangat setuju.

2) Wahana permainan air dan fasilitas cukup memuaskan

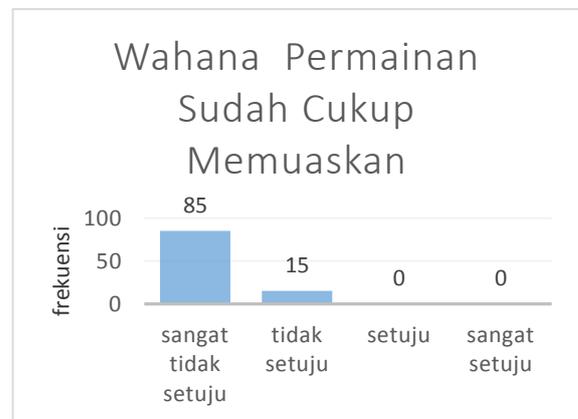
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen wahana permainan Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Persetujuan Wahana Permainan Sudah Cukup Memuaskan

No	Tingkat Persetujuan Wahana Permainan Sudah Cukup Memuaskan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	85	85%
2.	Tidak Setuju	15	15%
3.	Setuju	0	0%
4.	Sangat Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi wahana permainan di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) sudah cukup memuaskan dari tabel 7 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 6. Diagram Distribusi Frekuensi wahana permainan sudah cukup memuaskan

Mayoritas responden sangat tidak setuju bahwa wahana permainan air dan fasilitas yang tersedia sudah cukup memuaskan yaitu 85 orang (85%), responden yang tidak setuju ada 15 orang (15%), tidak ada responden yang setuju dan sangat setuju.

3) Dihapuskannya Gratis Soft Drink

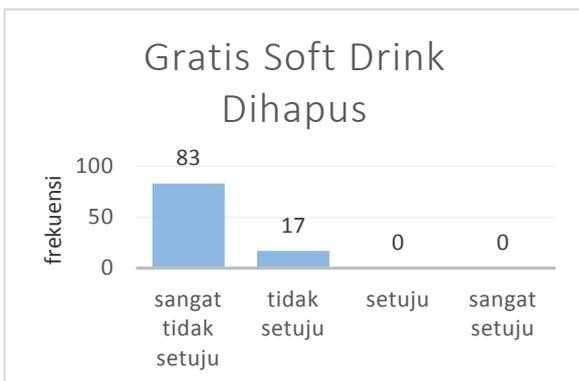
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen dihapuskannya gratis *soft drink* Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Persetujuan Penghapusan Gratis Soft Drink

No	Tingkat Persetujuan Penghapusan Gratis Soft Drink	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	83	83%
2.	Tidak Setuju	17	17%
3.	Setuju	0	0%
4.	Sangat Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi penghapusan gratis *soft drink* bagi pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 8 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 7. Diagram Distribusi Frekuensi dihapusnya gratis *soft drink*

Mayoritas responden sangat tidak setuju terhadap dihapusnya *soft drink* gratis, yaitu 83 orang (83%), responden yang tidak setuju ada 17 orang (17%), kemudian tidak ada responden yang menjawab setuju dan sangat setuju.

4) Kamar Bilas yang Memadai

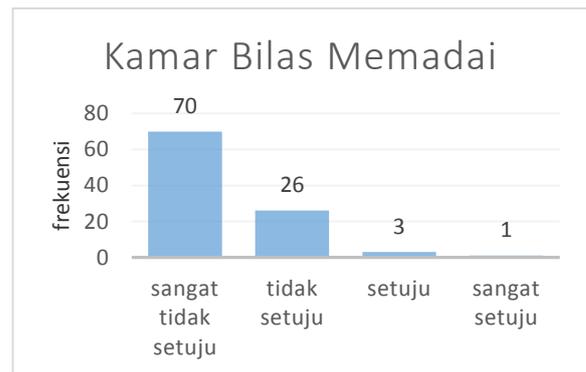
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen kamar bilas yang sudah memadai Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Persetujuan Kamar Bilas yang Memadai

No	Tingkat Persetujuan Kamar Bilas yang Memadai	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	70	70%
2.	Tidak Setuju	26	26%
3.	Setuju	3	3%
4.	Sangat Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi kamar bilas yang sudah memadai di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 9 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 8. Diagram Distribusi Frekuensi kamar bilas memadai

Mayoritas responden sangat tidak setuju terhadap kamar bilas yang tersedia memadai, yaitu 70 orang (70%), responden yang tidak setuju ada 26 orang (26%), responden yang setuju ada 3 orang (3%), dan responden yang sangat setuju ada 1 orang (1%).

5) Kamar Bilas Jumlahnya Cukup Banyak

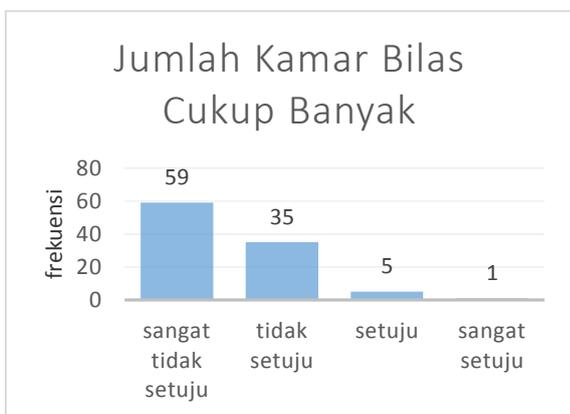
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen kamar bilas jumlahnya sudah cukup banyak di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10. Persetujuan Kamar Bilas Jumlahnya Cukup Banyak

No	Tingkat Persetujuan Kamar Bilas Jumlahnya Cukup Banyak	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	59	59%
2.	Tidak Setuju	35	35%
3.	Setuju	5	5%
4.	Sangat Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi kamar bilas jumlahnya cukup banyak di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 10 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 9. Diagram Distribusi Frekuensi jumlah kamar bilas cukup banyak

Mayoritas responden sangat tidak setuju terhadap kamar bilas yang tersedia jumlahnya sudah cukup banyak, yaitu 59 orang (59%), responden yang tidak setuju ada 35 orang (35%), responden yang setuju ada 5 orang (5%), dan responden yang sangat setuju ada 1 orang (1%).

6) Kecepatan Pelayanan Tiket

Data yang diperoleh dari angket butir instrumen pelayanan tiket masuk sudah cukup

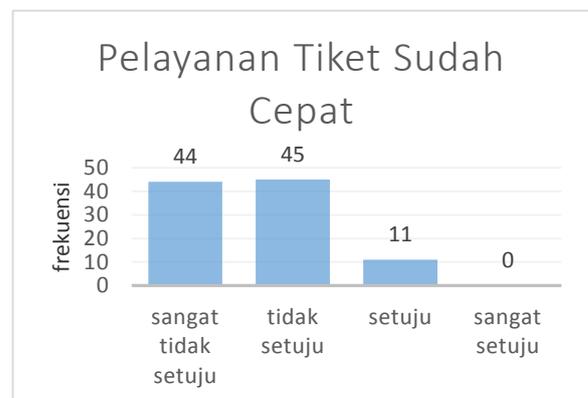
cepat di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 11. Persetujuan Pelayanan Tiket Sudah Cepat

No	Tingkat Persetujuan Pelayanan Tiket Sudah Cepat	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	44	44%
2.	Tidak Setuju	45	45%
3.	Setuju	11	11%
4.	Sangat Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi pelayanan tiket sudah cepat di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 11 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 10. Diagram Distribusi Frekuensi pelayanan tiket sudah cepat

Paling banyak responden tidak setuju terhadap pelayanan tiket sudah cepat, yaitu 45 orang (45%), responden yang sangat tidak setuju ada 44 orang (44%), responden yang setuju ada 11 orang (11%), dan tidak ada responden yang sangat setuju.

7) Karyawan Bersifat Responsif

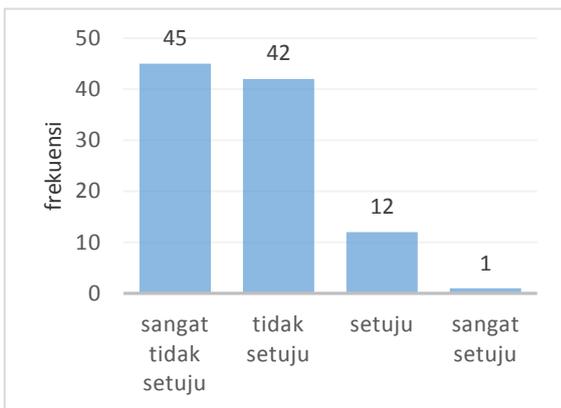
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen karyawan bersifat responsif di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 12. Persetujuan Karyawan Bersifat Responsif

No	Tingkat Persetujuan Karyawan Bersikap Responsif	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	45	45%
2.	Tidak Setuju	42	42%
3.	Setuju	12	12%
4.	Sangat Setuju	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi karyawan bersifat responsif di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 12 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut :



Gambar 11. Diagram Distribusi Frekuensi karyawan bersikap responsif.

Mayoritas responden sangat tidak setuju terhadap karyawan Owabong bersikap responsif, yaitu 45 orang (45%), responden yang tidak setuju ada 42 orang (42%), responden yang setuju ada 12 orang (12%), dan responden yang sangat setuju ada 1 orang (1%).

8) Penjaga Kolam Renang Siap Siaga

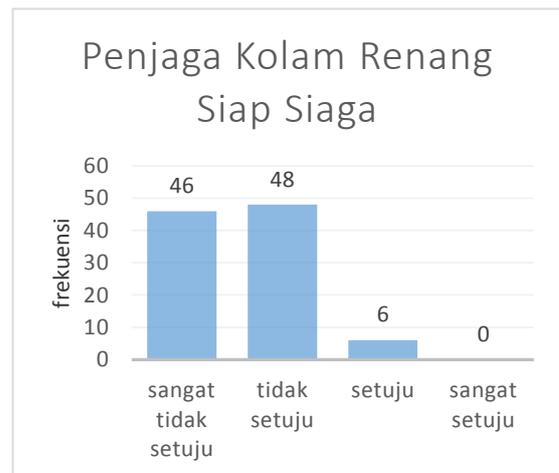
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen penjaga kolam renang siap siaga di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 13. Persetujuan Penjaga Kolam Renang Siap Siaga

No	Tingkat Persetujuan Penjaga Kolam Renang Siap Siaga	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	46	46%
2.	Tidak Setuju	48	48%
3.	Setuju	6	6%
4.	Sangat Setuju	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi penjaga kolam renang siap siaga di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 13 apabila disajikan dalam bentuk diagram adalah sebagai berikut:



Gambar 12. Diagram Distribusi Frekuensi penjaga kolam renang siap siaga.

Mayoritas responden tidak setuju terhadap penjaga kolam renang selalu siap siaga, yaitu 46 orang (46%), responden yang sangat tidak setuju ada 46 orang (46%), responden yang setuju ada 6 orang (6%), dan tidak ada responden yang sangat setuju.

9) Kebersihan Terjaga

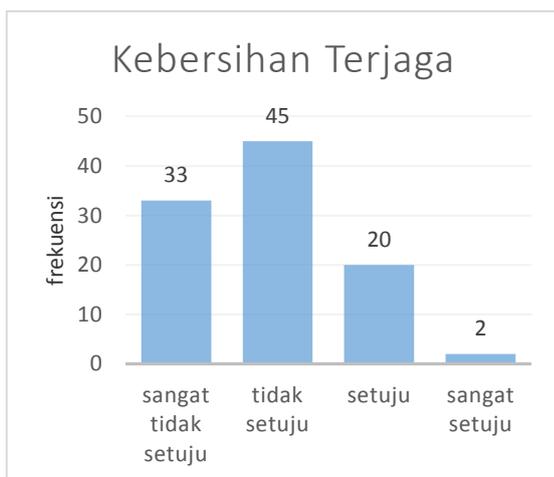
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen kebersihan di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) sudah terjaga setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14. Persetujuan Kebersihan Sudah Terjaga

No	Tingkat Persetujuan Kebersihan Sudah Terjaga	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	33	33%
2.	Tidak Setuju	45	45%
3.	Setuju	20	20%
4.	Sangat Setuju	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi kebersihan sudah terjaga dengan baik di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 14 apabila disajikan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :



Gambar 13. Diagram Distribusi Frekuensi kebersihan di Owabong terjaga.

Mayoritas responden tidak setuju terhadap kebersihan di area Owabong sudah sangat terjaga dan pengunjung merasa nyaman, yaitu 45 orang (45%), responden yang sangat tidak setuju ada 33 orang (33%), responden yang setuju ada 20 orang (20%), dan responden yang sangat setuju ada 2 orang (2%).

10) Air Kolam Renang Jernih

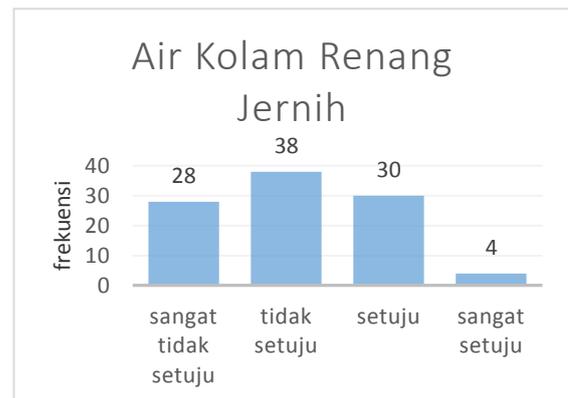
Data yang diperoleh dari angket butir instrumen air kolam renang jernih di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) setelah dianalisis dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 15. Persetujuan Air Kolam Renang Jernih

No	Tingkat Persetujuan Air Kolam Renang Jernih	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	28	28%
2.	Tidak Setuju	38	38%
3.	Setuju	30	30%
4.	Sangat Setuju	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Distribusi Frekuensi air kolam renang jernih di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) dari tabel 15 apabila disajikan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut :



Gambar 14. Diagram Distribusi Frekuensi kolam renang bersih dan jernih.

Mayoritas responden tidak setuju terhadap air kolam renang yang jernih, yaitu 38 orang (38%), responden yang setuju ada 30 orang (30%), responden yang sangat tidak setuju ada 28 orang (28%), dan responden yang sangat setuju ada 4 orang (4%).

A. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara memberi kuesioner kepada para pengunjung Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong). Jenis kelamin pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebesar 53% atau sebanyak 53 responden, hal ini dikarenakan ketidaksengajaan penulis. Usia responden pada penelitian ini paling muda adalah usia 20 tahun dan usi tertinggi adalah usia 52

tahun. Jumlah responden terbanyak pada usia 28-35 tahun yaitu sebesar 30% atau sebanyak 30 responden. Status pekerjaan responden paling banyak didominasi oleh karyawan swasta sebesar 41% atau sebanyak 41 responden. Status pendidikan terakhir responden paling banyak adalah lulusan SMA sebesar 54% atau sebanyak 54 responden.

2. Tanggapan Responden

a. Dimensi Fasilitas

Dimensi fasilitas yang ada di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam dimensi fasilitas dibagi kedalam lima butir pertanyaan. Hasil rekapitulasi dari pengisian kuesioner menunjukkan bahwa tanggapan mayoritas pengunjung terhadap butir pertanyaan pertama tentang kenaikan harga tiket masuk adalah sangat tidak setuju sebanyak 88% atau sebanyak 88 responden dan 10% atau sebanyak 10 responden mengatakan tidak setuju. Artinya pengunjung mayoritas menanggapi jika para pengunjung sangat tidak setuju terhadap kenaikan tiket masuk di Owabong. Sedangkan pengunjung dengan jawaban setuju hanya ada 2% atau sebanyak 2 responden. Pengunjung dengan jawaban setuju ini menganggap bahwa kenaikan tiket masuk di Owabong merupakan kebijakan dari perusahaan dan mereka menganggap wajar.

Butir pertanyaan kedua pada dimensi fasilitas tentang wahana dan fasilitas di Owabong yang sudah memuaskan menunjukkan hasil mayoritas sebesar 85% atau sebanyak 85 responden mengatakan sangat tidak setuju. Kemudian 15% atau sebanyak 15 responden mengatakan tidak setuju. Artinya para pengunjung menganggap jika wahana permainan dan fasilitas yang ada di Owabong sangat tidak memuaskan serta tidak sebanding dengan harga tiket masuk.

Butir pertanyaan ketiga pada dimensi fasilitas tentang penghapusan gratis *soft drink* untuk pengunjung yang memiliki tiket masuk, menunjukkan hasil mayoritas pengunjung sebesar 83% atau sebanyak 83 responden mengatakan sangat tidak setuju. Kemudian 17% atau sebanyak 17 responden mengatakan tidak setuju. Artinya para pengunjung sangat tidak setuju dengan penghapusan gratis *soft drink* untuk pengunjung yang memiliki tiket masuk.

Butir pertanyaan keempat pada dimensi fasilitas tentang kamar bilas yang ada di Owabong sudah memadai, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 70% atau 70 responden mengatakan mereka

sangat tidak setuju jika kamar bilas bilas yang tersedia sudah memadai, kemudian 26% atau 26 responden mengatakan tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Owabong sangat tidak setuju jika kamar bilas yang ada di Owabong dikatakan sudah memadai. Namun demikian masih ditemukan 3% atau 3 responden yang mengatakan setuju dan 1% atau 1 responden yang mengatakan sangat setuju, mereka menganggap bahwa fasilitas yang ada di kamar bilas sudah cukup memadai untuk keperluan bilas pengunjung.

Butir pertanyaan kelima pada dimensi fasilitas tentang jumlah kamar bilas yang tersedia di Owabong jumlahnya sudah cukup, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 59% atau 59 responden mengatakan mereka sangat tidak setuju dengan jumlah kamar bilas yang tersedia sudah cukup, kemudian 35 % atau 35 responden mengatakan tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Owabong menganggap jika kamar bilas yang tersedia di Owabong jumlahnya belum cukup untuk menampung pengunjung, para pengunjung mengeluhkan jika mereka sering mengantri lama untuk melakukan bilas. Namun demikian masih ditemukan 5% atau 5 responden mengatakan setuju dan 1% atau 1 responden yang mengatakan sangat setuju, mereka menganggap bahwa kamar bilas yang tersedia sudah cukup untuk menampung para pengunjung yang akan melakukan bilas.

b. Dimensi Pelayanan

Dimensi pelayanan yang ada di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Dimensi pelayanan dibagi kedalam lima butir pertanyaan. Hasil rekapitulasi dari pengisian kuesioner menunjukkan bahwa tanggapan mayoritas pengunjung terhadap butir pertanyaan pertama tentang kecepatan pelayanan tiket, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 45% atau 45 responden mengatakan tidak setuju terhadap pelayanan tiket masuk di Owabong yang sudah cepat, kemudian 44% atau 44 responden mengatakan sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung Owabong merasa jika pelayanan di bagian tiket masuk masih terlalu lama, para pengunjung mengeluhkan masih menunggu lama lebih dari 5 menit untuk mendapatkan tiket masuk. Namun demikian masih ditemukan 11% atau 11 responden yang mengatakan setuju, mereka menganggap jika pelayanan di bagian tiket masuk sudah cepat.

Butir pertanyaan kedua pada dimensi pelayanan tentang karyawan Owabong bersikap responsif kepada pengunjung, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 45% atau 45 responden mengatakan sangat tidak setuju terhadap butir pertanyaan karyawan bersikap responsif kepada pengunjung, kemudian 42% atau 42 responden mengatakan tidak setuju. Artinya para pengunjung mayoritas merasakan jika para karyawan Owabong yang ditemui langsung di lapangan bersikap kurang tanggap terhadap para pengunjung, mereka mengeluhkan jika para karyawan Owabong yang ditemui di lapangan masih sering melempar tanggungjawab jika pengunjung meminta tolong atau bertanya. Namun demikian masih ditemukan 12% atau 12 responden yang mengatakan setuju dan 1% atau 1 responden yang mengatakan sangat setuju, mereka menganggap bahwa karyawan Owabong yang mereka temui dilapangan sudah bersikap responsif dan cepat tanggap.

Butir pertanyaan ketiga pada dimensi pelayanan tentang penjaga kolam renang (*lifeguard*) selalu siap siaga untuk memberikan pertolongan pertama pada pengunjung, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 48% atau 48 responden mengatakan tidak setuju terhadap butir pertanyaan penjaga kolam renang (*lifeguard*) selalu siap siaga untuk memberikan pertolongan pertama pada pengunjung, kemudian 46% atau 46 responden mengatakan sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung menganggap jika penjaga kolam renang (*lifeguard*) di Owabong dalam menjalankan tugasnya masih belum maksimal. Namun demikian masih ditemukan 6% atau 6 responden yang mengatakan setuju, mereka menganggap petugas penjaga kolam renang (*lifeguard*) selalu siap siaga di pinggiran kolam untuk membantu memberikan pertolongan pertama pada pengunjung.

Butir pertanyaan keempat pada dimensi pelayanan tentang kebersihan di area Owabong sudah terjaga, menunjukkan hasil Para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 45% atau 45 responden mengatakan tidak setuju terhadap butir pertanyaan kebersihan di area Owabong sudah terjaga, kemudian 33% atau 33 responden mengatakan sangat tidak setuju. Artinya para pengunjung mayoritas menganggap jika kebersihan di area Owabong masih belum terjaga. Mereka mengeluhkan masih banyaknya sampah berserakan di area Owabong yang tidak segera dibersihkan oleh petugas kebersihan. Namun demikian masih ditemukan 20% atau 20

responden mengatakan setuju dan 2% atau 2 responden mengatakan sangat setuju, mereka menganggap kebersihan di area Owabong sudah terjaga dengan baik dan para pengunjung mengaku nyaman berada di area Owabong.

Butir pertanyaan kelima pada dimensi pelayanan tentang kolam renang yang ada di Owabong selalu dalam keadaan jernih, menunjukkan hasil para pengunjung Owabong mayoritas sebesar 38% atau 38 responden mengatakan tidak setuju terhadap butir pertanyaan kolam renang yang ada di Owabong selalu dalam keadaan bersih dan jernih, kemudian sebesar 28% atau sebanyak 28 responden mengatakan sangat tidak setuju. Artinya mayoritas pengunjung menganggap jika kolam renang yang ada di Owabong masih belum dalam keadaan bersih dan jernih. Para pengunjung mengeluhkan masih seringnya sampah-sampah plastik yang masuk kedalam kolam renang tidak segera dibersihkan. kemudian sebesar 30% atau 30 responden mengatakan setuju dan sebesar 4% atau 4 responden mengatakan sangat setuju. Mereka menganggap kolam renang di Owabong sudah dalam keadaan bersih dan jernih.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi menurunnya jumlah pengunjung di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) sebagai berikut:

1. Naiknya harga tiket masuk Owabong.
2. Wahana dan fasilitas permainan air di Owabong belum seimbang dengan harga tiket masuk.
3. Penghapusan gratis *soft drink* bagi pengunjung yang memiliki tiket masuk.
4. Kamar bilas yang tersedia di Owabong belum memadai dan fasilitas untuk keperluan bilas belum lengkap.
5. Kamar bilas yang tersedia di Owabong jumlahnya belum cukup untuk menampung pengunjung yang melakukan bilas.
6. Lambatnya pelayanan di bagian tiket masuk.
7. Karyawan Owabong tidak bersikap responsif terhadap para pengunjung.
8. Penjaga kolam renang (*lifeguard*) tidak memberikan perhatian yang maksimal pada pengunjung.
9. Kebersihan yang tidak terjaga di area Owabong.
10. Kebersihan air di dalam kolam renang tidak terjaga.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong)

Pernyataan 100 responden terhadap dimensi fasilitas dan pelayanan yang ada di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) menunjukkan hasil yang masih sangat rendah, saran dan masukan yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) antara lain:

- a. Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) perlu menambah wahana permainan air yang baru dan memperbaiki fasilitas yang sudah rusak. Hal ini perlu dilakukan karena jika hanya menaikkan harga tiket masuk tanpa menambah wahana permainan air dan memperbaiki fasilitas yang sudah ada maka pengunjung akan merasa kecewa dan enggan untuk berkunjung lagi serta enggan untuk merekomendasikan Owabong sebagai tempat tujuan wisata kepada orang lain.
- b. Penghapusan gratis *soft drink* bagi pengunjung yang mempunyai tiket masuk sudah terlanjur dilakukan lebih baik diganti dengan Pdiskon penyewaan pelampung bagi pengunjung, karena survei di lapangan menunjukkan ketidakpuasan pengunjung atas penghapusan gratis *soft drink*.
- c. Obyek Wisata Air Bojongsari (owabong) harus segera melakukan perbaikan pada kamar bilas yang tersedia karena kamar bilas merupakan salah satu fasilitas pendukung yang sangat penting dalam dunia pariwisata khususnya kolam renang. Rata-rata pengunjung mengeluhkan fasilitas yang ada dalam kamar bilas seperti *shower* yang sering mati, gantungan pakaian banyak yang sudah rusak dan penerangan di dalam kamar bilas yang tidak terlalu terang. Selain itu para pengunjung sering mengantri lama untuk masuk dalam kamar bilas karena ketersediaan kamar bilas hanya 20 kamar saja, 10 untuk laki-laki dan 10 untuk perempuan.
- d. Dari tanggapan responden tentang butir pertanyaan kecepatan pelayanan pada bagian tiket masuk dapat terlihat jelas, bahwa kinerja para karyawan pada bagian tiket masuk perlu ditingkatkan lagi. Rata-rata responden mengeluhkan lamanya waktu untuk mendapatkan tiket masuk yang lebih dari 5 menit.
- e. Para karyawan Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) khususnya yang

langsung berhadapan dengan para pengunjung harus lebih meningkatkan perhatian kepada para pengunjung. Hal ini banyak dikeluhkan oleh para pengunjung yang merasa karyawan Owabong yang ditemui di lapangan sering menunjukkan sikap acuh kepada pengunjung dengan saling melempar informasi dari karyawan satu kepada karyawan lain.

- f. Petugas penjaga kolam renang (*lifeguard*) haru lebih memperhatikan keselamatan para pengunjung khususnya pengunjung yang berada di kolam Olympic dan Water Boom. Para pengunjung mengeluhkan bahwa penjaga kolam renang masih sering lalai akan tugasnya, mereka masih sering meninggalkan tempat untuk mengawasi pengunjung padahal saat itu pengunjung sedang ramai.
- g. Dari tanggapan responden tentang kebersihan di Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) didapatkan hasil yang masih rendah, oleh karena itu Owabong harus lebih meningkatkan kebersihan lingkungannya agar para pengunjung betah lama-lama berada di lingkungan Owabong.
- h. Obyek Wisata Air Bojongsari (Owabong) harus lebih meningkatkan kualitas kebersihan air yang ada pada kolam renang, agar air yang berada di kolam renang selalu dalam keadaan bersih. Hal ini perlu dilakukan karena fakta di lapangan masih banyak pengunjung yang mengeluhkan air kolam renang yang kurang jernih karena tidak segera dilakukan pembersihan ketika ada kotoran yang masuk di dalam kolam renang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Banyumedia Publishing.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- James J. Spillane. 1989. *Ekonomi Pariwisata*. Yogyakarta: Kanisius.
- Basu Swasta Dharmmesta & T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.