

ANALISIS FITUR DASAR RESOR TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI BUMI KATULAMPA RESORT KABUPATEN BOGOR

[*Analysis Of Basic Resort Features On Visitor Satisfaction At Bumi Katulampa Resort, Bogor District*]

Rima Pratiwi Batubara^{1)*}, Rini Untari²⁾, Saleha³⁾, Aditya Sugih Setiawan⁴⁾

^{1,4)} Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

²⁾ Ekowisata, IPB University

^{3,4)} Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

INFO ARTIKEL

Diterima
19 November 2024
Disetujui
13 Desember 2024
Tersedia Secara
Online
30 Desember 2024

ABSTRACT

The research was conducted to determine the basic resort feature components at Bumi Katulampa Resort & Convention. The results of the research can be used by managers as a management plan in the future so that aspects that become improvements for managers in managing their resorts are known. This research is qualitative in nature with the sample being resort users. Data were analyzed using qualitative descriptive analysis. The results of the study, namely on the nuances of the resort, it is known that the resort has serenity, changes in lifestyle, and opportunities for relaxation. The accuracy of the information is very clear. The condition of the property has a concept on the unification of nature and local culture. Property facilities are considered to have no significant use of technology. Geographical location is on the outskirts of the city. The resort's reputation is good for its authentic portrayal of nature and local culture. Recreation services in the form of indoor and outdoor recreation. Resorts tend to provide recreational value. Food and beverage service is carried out in a buffet service. The results of the analysis of basic resort features can be used as a reference for tourism managers in planning the budget for fulfilling tourism products so that it is hoped that the products offered are in accordance with the needs and desires of tourists without having to eliminate the image of the manager that they want to create.

Keywords : Tourism, Resorts, Resort Basic Components

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui komponen fitur dasar resor pada Bumi Katulampa *Resort & Convention*. Hasil penelitian dapat digunakan oleh pengelola sebagai perencanaan manajemen di masa depan sehingga diketahui aspek yang menjadi perbaikan bagi pengelola dalam pengelolaan resor. Penelitian bersifat kualitatif dengan sampel yaitu pengguna resor. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yaitu pada nuansa resor diketahui bahwa resor memiliki ketenangan, perubahan gaya hidup, dan kesempatan untuk relaksasi. Akurasi informasi sangat jelas. Kondisi properti berkonsep pada penyatuhan alam dan budaya setempat. Fasilitas properti dianggap tidak memiliki penggunaan teknologi secara signifikan. Lokasi geografi berada pada pinggir kota. Reputasi resor tergolong baik dengan penggambaran keaslian alam dan budaya setempat. Pelayanan rekreasi berupa rekreasi dalam dan luar ruangan. Resor cenderung menyediakan nilai rekreasi. Pelayanan makanan dan minuman dilakukan secara prasmanan. Hasil analisis fitur dasar resort dapat dijadikan acuan bagi pengelola wisata dalam merencanakan anggaran pemenuhan produk wisata sehingga diharapkan produk yang

ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan tanpa harus menghilangkan citra pengelola yang ingin dibentuk.

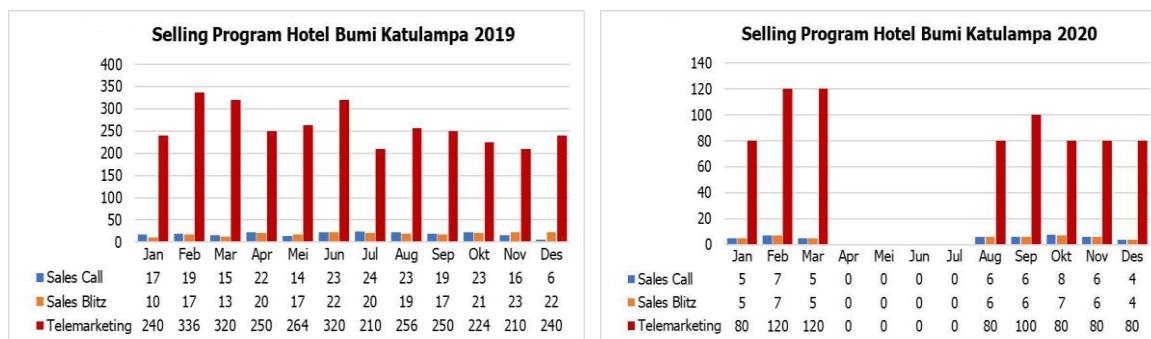
Kata Kunci: Pariwisata, Resor, Komponen Dasar Resor

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai destinasi wisata, Kota Bogor memberikan banyak pilihan destinasi kepada wisatawan. Destinasi yang terdapat di kota ini beragam dimulai dari sejarah, budaya hingga banyak objek wisata yang memiliki keunikan berbeda dan bisa dikunjungi oleh wisatawan. Keberadaan destinasi wisata harus dan sebaiknya didukung oleh akomodasi wisata. Akomodasi menjadi salah satu fasilitas yang mempengaruhi kepuasan wisatawan (Asri, Untari and Resmayasari, 2022). Jenis-jenis akomodasi wisata berupa penginapan yaitu seperti hotel, villa, *guest house*, *lodge* dan resor. Resor adalah penginapan yang terletak di kawasan wisata dan menyediakan fasilitas untuk berlibur, rekreasi dan olahraga (Ridho dan Saputra, 2022). Umumnya diperuntukkan bagi tamu yang ingin beristirahat pada hari libur untuk *long-stay* atau yang sedang datang untuk berekreasi dan menginginkan perubahan dari kegiatan sehari-hari dan terletak cukup jauh dari pusat kota. Resor diharapkan mampu menyediakan fasilitas berlibur, memberi rasa nyaman dan keluar dari rutinitas, memanfaatkan potensi alam yang ada, juga mampu menunjukkan budaya atau ciri khas daerah itu sendiri (Maullah, 2022).

Bumi Katulampa *Resort & Convention* merupakan salah satu resor yang berada di Kota Bogor. Pada Tahun 2019 dan 2020 resor ini mengalami penurunan kunjungan akibat Pandemi COVID-19. Jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Bumi Katulampa *Resort & Convention* mulai mengalami peningkatan kembali setelah pelonggaran aturan dari pemerintah daerah setempat. Pelonggaran tersebut membuat pengelola menyadari untuk melakukan peningkatan baik secara kualitas pelayanan maupun fisik akomodasi penginapan pada resor. Pelayanan prima dengan sendirinya dapat menjadi promosi bagi pengelola (Batubara dan Putri, 2022). Dengan demikian diharapkan dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke Bumi Katulampa *Resort & Convention*.



Gambar 1. Grafik kunjungan Bumi Katulampa *Resort & Convention*

Sumber : Sales & Marketing Bumi Katulampa (2022)

Syah (2021) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari pelanggan atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan dalam hal ini wisatawan telah memiliki harapan sebelum melakukan kegiatan wisata. Harapan tersebut terbentuk dari pengalaman dan atau gambaran-gambaran informasi yang didapatkan dari lingkungan di sekitarnya. Selanjutnya, ketika melakukan kegiatan wisata atau setelah selesai berwisata, wisatawan akan membandingkan kinerja dari produk wisata yang digunakan sehingga muncullah respon puas atau tidak puas dari penggunaan produk dalam berwisata. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan wisatawan selama dan atau setelah menggunakan fitur dasar resor di Bumi Katulampa *Resort & Convention*.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh fitur dasar resor yang dimiliki oleh Bumi Katulampa *Resort & Convention*. Hasil penelitian dapat digunakan oleh pengelola sebagai perencanaan manajemen di masa depan (*future planning management*) sehingga diketahui aspek yang menjadi perbaikan bagi pengelola dalam pengelolaan resor mereka. Selain itu analisis fitur dasar resor dapat menjadi gambaran dari pengunjung dalam menilai suatu akomodasi yang digunakan dalam berwisata (Batubara *et al.*, 2023).

KAJIAN LITERATUR

Resor

Resor adalah salah satu akomodasi wisata yang menawarkan kebutuhan untuk melakukan wisata baik dari segi penginapan maupun kelengkapan pendukung wisata lainnya. Brey, Morrison and Mills (2007) menerangkan bahwa meski sebagai penginapan, fasilitas lain dalam resort dapat membantu wisatawan dalam memenuhi kebutuhannya dalam melakukan kegiatan wisata. Hal ini memungkinkan resort memiliki fasilitas yang lengkap baik dari sisi pengelolaan maupun hiburan untuk wisatawan. Murphy (2008) menjelaskan bahwa resor dapat dikaitkan dengan kesehatan, konvensi, spiritual, olahraga dan kebutuhan wisata lainnya. Fasilitas dalam resor merupakan alat yang kompetitif untuk membantu properti untuk membedakan diri dari pesaing lainnya (Stringam, 2008). Beberapa fasilitas yang biasanya dimiliki dalam resort antara lain kolam renang, restoran, *playing ground*, pelayanan spa dan lain sebagainya.

Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah tanggapan atas apa yang dirasakan dari suatu kinerja produk. Tanggapan ini muncul atas perbandingan konsumen terhadap produk dari apa yang diharapkan sebelumnya (Indrasari, 2019). Konsumen merasa puas jika produk yang digunakan melebihi harapan dan merasa tidak puas atau kecewa jika kinerja produk berada di bawah harapan. 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 (Bitner, 2003).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan terhadap komponen dasar resor di Bumi Katulampa *Resort & Convention*, Kabupaten Bogor. Penelitian menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sumber data diambil dengan metode langsung yakni kuesioner, dengan target responden dari pengguna resor di Bumi Katulampa *Resort & Convention*, Kabupaten Bogor. Jumlah sampel dari pengguna resor yaitu berjumlah 28 orang. Pengambilan data dilakukan pada November - Desember tahun 2022. Analisis data dilakukan dengan menghitung persentase jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan.

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 komponen 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*).

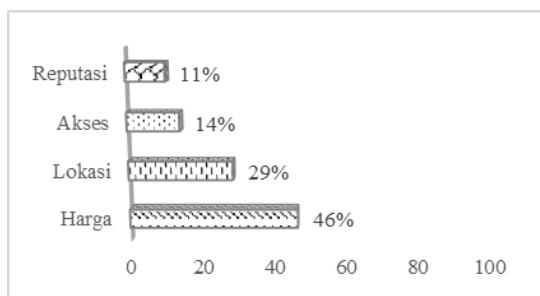
HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin responden lebih banyak laki-laki. Persentase usia lebih didominasi pada kisaran usia 22-28 tahun dengan 39% pendidikan responden didominasi Sekolah Menengah Atas/Sekolah Menengah Kejuruan. Pekerjaan responden lebih banyak pegawai swasta dan pendapatan didominasi pada kisaran > 5 juta per bulan dengan 46%.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Persentase	
1	Jenis Kelamin	54	
	Perempuan	46	
2	Usia	15-21 Tahun	29
		22-28 Tahun	39
		29-35 Tahun	7
		> 36 Tahun	25
3	Pendidikan	SMA / SMK	39
		Diploma	18
		S1 / D4	36
		S2	7
4	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	29
		Pegawai swasta	36
		PNS	29
		Tidak bekerja	7
5	Pendapatan	1-3jt	29
		3-5jt	25
		>5jt	46

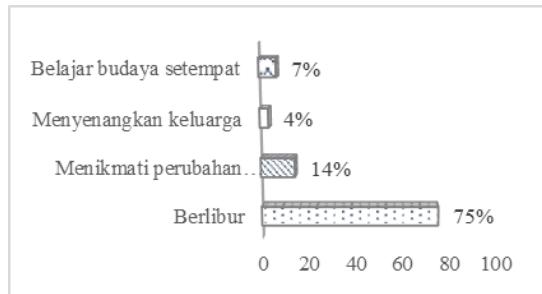
Dalam pengambilan keputusan untuk melakukan kegiatan wisata terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi diantaranya faktor karakteristik demografi, faktor internal dan faktor eksternal (Untari *et al.*, 2019). Salah satu dari faktor eksternal dilihat dari harga (Batubara, 2020). Harga adalah hal yang paling dipertimbangkan oleh pengguna dalam memilih resor Bumi Katulampa yaitu sebesar 46% (Gambar 2). Bumi Katulampa resor menyediakan berbagai jenis penginapan dengan rentang harga yang berbeda sehingga pengguna dapat memilih penginapan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dana yang harus dibayarkan. Lokasi resor yang berada di Kota Bogor memudahkan pengguna untuk menjangkau resor ini. Selain letaknya yang cukup mudah ditemukan, pilihan dan kelengkapan sarana dan prasarana menuju resor menjadi aspek pendukung yang dibutuhkan pengguna resor. Selanjutnya pengguna menganggap bahwa reputasi resor tergolong juga penting untuk dipertimbangkan dengan nilai 11%.



Gambar 2. Pertimbangan pemilihan resor

Kota Bogor merupakan salah satu destinasi wisata bagi masyarakat Ibukota Jakarta. Sehingga tidak mengherankan jika pada akhir minggu atau libur nasional Kota Bogor akan dikunjungi oleh

banyak orang yang ingin berkunjung. Sebagai salah satu resor yang terletak di Kota Bogor. Bumi Katulampa Resor termasuk pada akomodasi wisata yang menawarkan jasa penginapan dan ruang pertemuan bagi konsumen. Bentuknya sebagai resor menggambarkan bahwa Bumi Katulampa mengedepankan kenyamanan dan fungsi hiburan bagi pengguna. Hal ini selaras dengan motivasi pengguna yang mengatakan bahwa motivasi kunjungan ke Resor Bumi Katulampa adalah untuk berlibur sebanyak 75% (Gambar 3). Keindahan resor dan lokasinya yang berdekatan dengan obyek wisata membuat pengguna memilih Bumi Katulampa Resort sebagai akomodasi wisata.

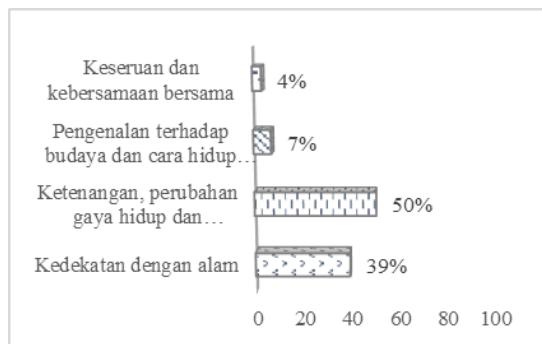


Gambar 3. Motivasi penggunaan resor

Komponen Dasar Resor

Nuansa atau Suasana Resor

Nuansa dari Bumi Katulampa Resort dibuat dengan mempertemukan unsur alam dengan komponen buatan manusia. Hal ini diharapkan dapat memengaruhi emosional pengguna dan calon pengguna untuk menginap di resort tersebut. Pada Gambar 4 diketahui bahwa nuansa resor Bumi Katulampa memberikan ketenangan, relaksasi dan perubahan gaya hidup pada 50% pengguna. Meldarianda & Lisan S (2010) mengatakan bahwa desain interior, pengaturan tata letak fasilitas, aroma alam dapat membuat pengguna merasakan perbedaan dalam kehidupan mereka sehari-hari selama berada di resor ini.



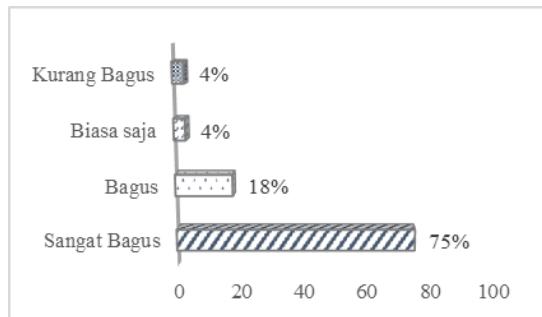
Gambar 4. Hasil perhitungan dari nuansa resor

Area resor tergolong luas sehingga memberikan kesan ruangan yang lapang dan bebas. Ketersediaan kolam renang dan ornamen tanaman membantu memengaruhi tampilan alam bagi pengguna resor. Kesan lapang dan sentuhan alam inilah yang membuat pengguna merasa berdekatan dengan alam. Wijaya *et al.* (2019) mengatakan bahwa atmosfir pada suatu tempat dapat memengaruhi keadaan emosi pembeli sehingga memengaruhi keputusan pembelian terhadap penginapan tersebut. Lokasi resor yang berada pada area Kota Bogor membuat tempat ini cukup mudah untuk dijangkau oleh pengguna. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengenal kehidupan masyarakat perkotaan Bogor. Kemudahan jangkauan lokasi juga mempermudah pengguna untuk berkunjung ke resor bersama keluarga.

Akurasi Informasi

Pengelola resor menggunakan berbagai media untuk menginformasikan kepada calon pengunjung mengenai penawaran yang diberikan oleh Bumi Katulampa *Resort & Convention*. Media

yang digunakan seperti media sosial *facebook* dan Instagram hingga penggunaan website yang dikelola langsung oleh pengelola. *Website* dapat diandalkan untuk membangun hubungan interaksi antara pengelola dan pengguna (calon konsumen) (Surentu, Warouw and Rembang, 2020). Pada website, ditampilkan informasi mengenai berbagai jenis kamar yang ditawarkan, peta lokasi, fasilitas, kapasitas parkir, makanan dan minuman, harga, cara pemesanan kamar dengan beberapa foto resor sebagai gambaran dari resor tersebut. *Website* dianggap sebagai media informasi yang tepat bagi pengelola dikarenakan dapat dikelola langsung dan lebih lengkap detail yang akan diinformasikan (Sari and Batubara, 2021).

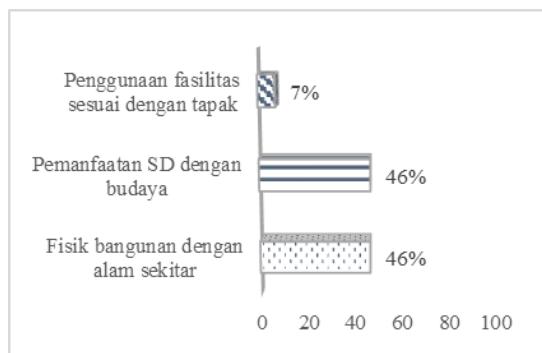


Gambar 5. Hasil perhitungan mengenai akurasi informasi

Dengan informasi yang diberikan, sebanyak 75% pengguna menyatakan bahwa informasi yang didapatkan bernilai sangat bagus dikarenakan kemudahan informasi yang diterima. Kecepatan dalam mengakses website memberikan pengunjung mudah untuk mencari informasi lainnya (Beauty and Suartana, 2024). Pengelola memperhatikan waktu loading pada website untuk menghindari lambatnya informasi yang ditampilkan pada website. Penilaian informasi kurang baik sebanyak 4%. Hal ini dikarenakan ada beberapa informasi yang diberikan tidak sesuai pada kondisi kenyatannya sehingga pengguna merasa kecewa akan informasi yang didapatkan. Peneliti menelusuri sumber informasi lainnya yaitu *Google Review*. Pada sumber ini di Tahun 2023, ditemukan bahwa banyak keluhan pengguna terkait dengan kondisi fisik dan fasilitas yang tidak terstandar resor. Hal ini dapat diterima oleh pengelola sebagai masukan untuk evaluasi pengelolaan selanjutnya.

Kondisi Properti

Resor Bumi Katulampa dibangun dengan memberikan sentuhan budaya pada bangunan penginapan. Bentuk atap bangunan menyerupai pelana melandai menggambarkan budaya sunda setempat (Saputra and Satwikasari, 2019). Penggunaan bahan ijuk hitam pada permukaan atap juga mencerminkan penyatuhan alam pada bangunan resor. Pada kondisi properti, pengguna menyadari bahwa bangunan fisik resor berkonsep penyatuhan alam dan budaya setempat. Hal ini disadari pengguna sehingga penilaian terhadap kondisi properti mendapatkan hasil seimbang yaitu 46 % (Gambar 6). Pemanfaatan budaya sunda dapat dilihat pada atap bangunan dan aspek alam dapat dilihat pada penggunaan ijuk serta ornamen alami bangunan lainnya.



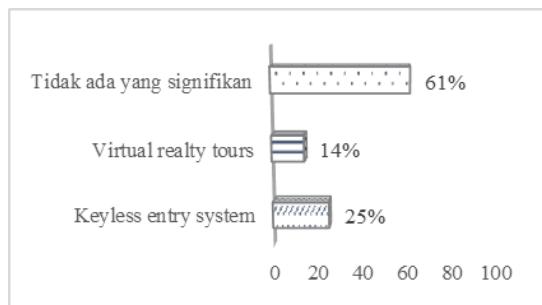
Gambar 6. Hasil perhitungan dari kondisi properti

Pendapat lainnya mengenai penggunaan fasilitas sesuai dengan tapak yang ada. Pengguna resor

menyadari bahwa kondisi properti dan penempatan fasilitas sesuai dengan ketersediaan lahan yang ada. Pengelola menyesuaikan fisik bangunan sesuai dengan kemampuan lahan setempat. Detail desain dan fasilitas juga mengikuti kebutuhan fisik bangunan dan budaya masyarakat sekitar. Hasil penelitian Puspita dan Wahyudie (2017) mengatakan bahwa pengunjung lebih memilih tampilan bangunan penginapan yang berkesan alami dan tradisional dengan sentuhan dekorasi etnik setempat.

Fasilitas Properti

Dukungan teknologi pada resor dapat menjadi hal yang dibandingkan oleh pengguna dalam memilih akomodasi wisata yang dikunjunginya. Penggunaan teknologi pada bisnis penginapan telah dianggap lumrah terlebih untuk pemesanan kamar (Wardani, 2013). Pada Bumi Katulampa Resort, pengguna menyatakan bahwa tidak ada teknologi yang signifikan yang disajikan oleh pengelola resor. Indikator ini mendapatkan penilaian sebanyak 61% (Gambar 7). Teknologi yang berada pada resor seperti halnya penyediaan resor pada umumnya.

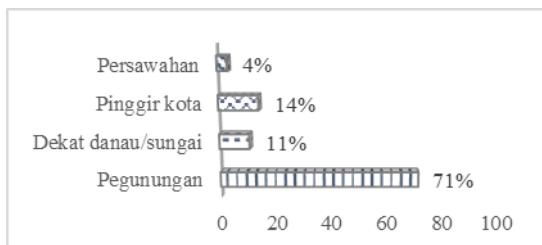


Gambar 7. Hasil perhitungan dari fasilitas properti

Sebanyak 25% pengguna berpendapat bahwa pada akomodasi wisata yang menyatakan dirinya sebagai resor maka setidaknya memiliki teknologi berupa sistem masuk kamar tanpa kunci. Kunci dapat ditukar dengan kartu maupun kode respon cepat pada pintu. Pengguna lain menyatakan bahwa penyediaan informasi resor secara virtual juga memungkinkan untuk dilakukan oleh pengelola guna memudahkan calon pengguna untuk mengetahui resor dengan lebih baik.

Lokasi Geografi

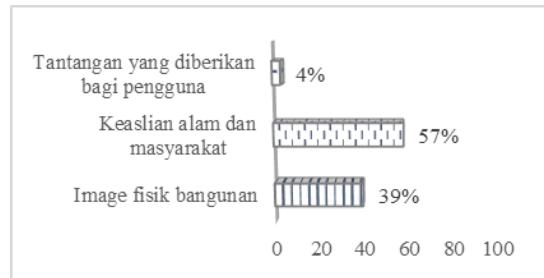
Berdasarkan lokasi geografi, pengguna lebih menyukai resor dengan lokasi di daerah pegunungan. Pengunjung, selain bisa beraktivitas di dalamnya juga dapat menikmati potensi alam pegunungan yang masih alami (Iriwanto, Muazir dan Rudiyono, 2022). Selain itu resor yang terletak di pegunungan memanfaatkan potensi alam sekitar melalui pengolahan tapak yang menampilkan bentang alam yang indah sehingga terciptanya *great pleasure* (Aji *et al*, 2021). Pegunungan memiliki cuaca yang sejuk dan pemandangan yang indah sehingga lebih disukai oleh 71% responden. Selanjutnya, responden menyukai resor yang terletak pada daerah pinggir kota. Dengan letak resor di pinggir kota maka kemudahan untuk menjangkau lokasi dianggap lebih memungkinkan dan dapat dikunjungi pada waktu yang lebih relatif cepat. Resor pinggir kota juga memungkinkan untuk mendapatkan kemudahan menjangkau area perkotaan. Bumi Katulampa resor termasuk pada resor yang berada pada pinggir kota sehingga pengguna mudah untuk mencapai resor sekaligus area perkotaan Bogor.



Gambar 8. Hasil perhitungan dari lokasi geografi

Reputasi Resor

Reputasi bagi suatu perusahaan merupakan salah satu strategi dalam menciptakan nilai sebagai pesan dan alat untuk mengungkapkan sifat organisasi sebagai keunggulan bersaing dalam memposisikan perusahaan di antara pesaing (Amperawati, 2021). Pada identifikasi yang dilakukan, pengguna menyatakan bahwa lebih melihat keaslian alam dan budaya masyarakat dalam menilai reputasi resor. Resor yang mengedepankan unsur alam dapat menciptakan kenyamanan bagi pengguna sehingga memberikan efek yang positif selama melakukan aktivitas di area resor.

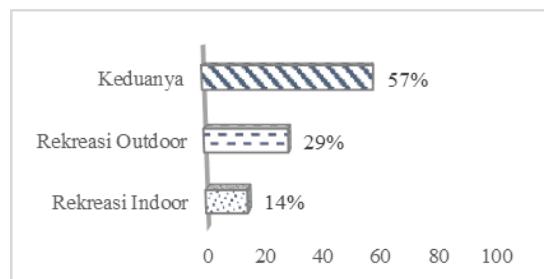


Gambar 9. Hasil perhitungan dari reputasi resor

Reputasi resor dinilai juga dari image fisik bangunan. Sebanyak 39% pengguna resor menyatakan bahwa bangunan resor terlihat baik dan menarik. Desain eksterior dari resor menampilkan sisi alam dan budaya setempat sehingga menimbulkan citra positif bagi pengguna yang melihatnya. Pengguna menganggap resor menampilkan sisi etnik dan alam dengan baik dan seimbang. Pada sisi tantangan, pengguna hampir tidak menemukan hal yang menyulitkan dalam menginap di resort. Kesulitan lebih dirasakan ketika menuju resor yang pada daerah perkotaan terkadang mengalami kemacetan dan masih dianggap wajar.

Pelayanan Pelanggan

Aspek pelayanan menjadi bagian penting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung (Asri, Untari and Resmayasari, 2022). Salah satu fungsi resor adalah sebagai tempat rekreasi. Dalam hal ini maka pengelola harus dan sebaiknya menyediakan layanan rekreasi untuk para pengguna. Bumi Katulampa *Resort & Convention* menyediakan area yang dapat digunakan sebagai area rekreasi baik di dalam maupun luar ruangan. Pada area luas bagian depan resor terdapat saung dengan taman yang didesain sedemikian rupa sehingga pengguna yang melihatnya merasa tenang dan nyaman. Pengelola juga menyediakan foto frame berbentuk hati yang dapat digunakan pengguna untuk berfoto. Pengguna juga bisa bersepeda atau melakukan keliling desa.

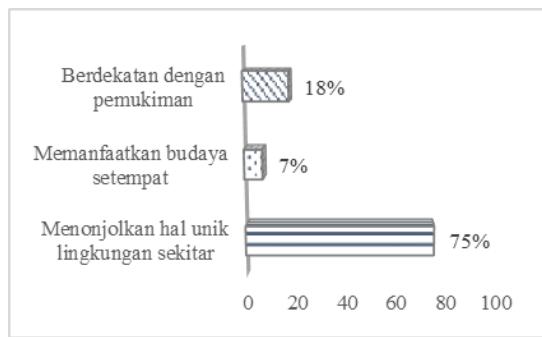


Gambar 10. Hasil perhitungan dari pelayanan pelanggan

Pada aktivitas rekreasi di luar ruangan, pengelola menyediakan kolam renang untuk pengguna berenang, informasi jalur sepeda, taman untuk bersantai hingga fasilitas istirahat yang berdekatan dengan kolam renang. Pada penelitian yang dilakukan oleh Afriyuandi (2018), kegiatan rekreasi pada alam terbuka dapat memberikan dorongan atau kesadaran yang baik untuk manusia. Kegiatan yang menarik lainnya selain berfoto juga menikmati bentang alam atau berbelanja (Untari *et al.*, 2023). Rekreasi dalam ruangan disediakan aktivitas spa dan relaksasi untuk pengguna yang ingin menikmatinya.

Kondisi Sekitar Resor

Rulloh (2017) mengatakan bahwa masyarakat menjadi aspek penting dalam pengelolaan pariwisata. Masyarakat harus dan sebaiknya mendapatkan pengaruh positif dari kegiatan yang dilakukan baik dampak berupa peningkatan ekonomi, pengetahuan maupun keterampilan. Pada hasil yang didapatkan, pengguna melihat bahwa masyarakat sekitar masih menggambarkan budaya setempat yaitu budaya sunda. Masyarakat sekitar masih banyak yang menggunakan bahasa ataupun aksen sunda dalam percakapan mereka. Hal ini menggambarkan bahwa kondisi lingkungan sekitar mempunyai sisi unik dalam aspek budaya.

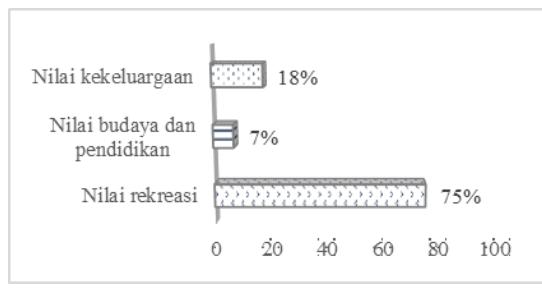


Gambar 11. Hasil perhitungan dari kondisi lingkungan sekitar

Kondisi resor yang berada pada perkotaan menjadikan area sekitar resor berdekatan dengan pemukiman. Pengguna dapat dengan mudah berkomunikasi dengan masyarakat setempat. Hal ini yang dianggap pengguna sebagai daya tarik dari resor dikarenakan masih menggambarkan budaya Sunda dengan tepat dan tidak berlebihan.

Nilai dari Kualitas Penginapan

Kualitas menginap dapat dilihat dari hasil yang didapatkan pengguna selama dan setelah menikmati berbagai aktivitas setempat. Batubara et al., (2024) menyebutkan bahwa rekreasi dalam dan luar ruangan merupakan nilai jual utama yang ingin disampaikan oleh pengelola. Selain itu, aktivitas rekreasi baik dalam maupun luar ruangan dianggap lebih mudah menarik minat calon pengguna resor dan dapat terjual dengan mudah. Pada Bumi Katulampa Resort & Convention sebanyak 75% pengguna menganggap bahwa resor lebih memberikan nilai rekreasi selama berkegiatan pada resor. Kondisi dan nuansa resor membuat pengguna merasa tenang dan nyaman. Rekreasi dapat dirasakan oleh pengguna dikarenakan dapat melupakan sejenak kegiatan sehari-hari yang biasa dilakukan oleh pengguna.



Gambar 12. Hasil perhitungan dari nilai kualitas penginapan

Nilai kekeluargaan secara tidak langsung juga disediakan oleh pengelola resor. Pilihan kamar yang dapat menampung keluarga baik keluarga kecil maupun besar membuat pengguna merasa terfasilitasi dengan baik. Aktivitas luar ruangan seperti berenang dan makan bersama di restoran juga membuat pengguna yang datang bersama keluarga terasa lebih menyenangkan. Nilai budaya dan pendidikan dapat dirasakan dari tampilan resor yang mengusung konsep alami dengan sentuhan etnik sunda.

Pelayanan makanan dan minuman

Bumi Katulampa *Resort & Convention* melakukan pelayanan makanan dengan minuman dengan dua cara yang dapat dipesan ke restoran atau makan pagi bersama untuk pengguna dengan pembayaran gabungan termasuk dengan makan pagi. Pada layanan makan pagi, pengelola melakukan penyajian dengan teknik prasmanan atau *buffet service*. Cara ini familiar bagi pengguna karena masyarakat Indonesia sering melakukannya pada kehidupan sehari-hari seperti pada acara rumahan atau acara resmi kemasayarakatan (Ekasani and Lestari, 2020).

Penyajian makanan juga dapat dilakukan dengan teknik *American Service* yaitu pelayan mengantarkan hidangan langsung ke meja tamu, setelah diolah sepenuhnya di dapur. Teknik ini dilakukan jika pengguna memesan makanan atau minuman melalui restoran yang ada pada resor. Makanan dan minuman yang dipesan dapat dikonsumsi pada restoran maupun diantar ke kamar pengguna.

SIMPULAN

Bumi Katulampa *Resort & Convention* memiliki fitur dasar yang mendapat berbagai reaksi dari para pengguna. Fitur dasar mengenai nuansa resor yaitu mendapatkan ketenangan, relaksasi dan perubahan gaya hidup. Akurasi informasi tergolong sangat jelas namun pada informasi tidak sesuai dengan yang ditemukan pada resor. Kondisi properti yaitu berkonssep pada penyatuhan alam dan budaya setempat. Fasilitas properti dianggap tidak memiliki penggunaan teknologi secara signifikan. Lokasi geografi berada pada pinggir kota.

Reputasi resor tergolong baik dikarenakan ada penggambaran keaslian alam dan budaya setempat. Pelayanan rekreasi berupa rekreasi dalam dan luar ruangan. Nilai dari penggunaan yaitu didominasi nilai rekreasi. Pelayanan makanan dan minuman dilakukan secara prasmanan atau pengantaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyuandi, A.R. (2018) ‘Hubungan Olahraga Rekreasi Alam Terbuka Dengan Motivasi Belajar Mahasiswa’, *Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi*, 8, pp. 54–63.
- Amperawati, E.D. (2021) *Optimalisasi Reputasi Perusahaan Melalui Kinerja Layanan Hotel di Industri Hospitalitas*. 1st edn. Malang: Selaras. Available at: <https://penerbitselarasmediakreasindo.com/wp-content/uploads/2021/06/UNMER-Bu-Endang-optimalisasi-siap-cetak.pdf>.
- Asri, S.R., Untari, R. and Resmayasari, I. (2022) ‘Development of Village Ecotourism in Sindangkasih Tourism Village Based on Tourism Satisfaction and Preference in Garut Regency’, *Jurnal Pesona Pariwisata*, 2(2), pp. 81–90. doi:10.33005/peta.v2i2.36.
- Batubara, R.P. (2020) ‘Strategi Pengembangan Oukup Sebagai Ekowisata Kesehatan Kabupaten Karo’, *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 25(2), pp. 121–132.
- Batubara, R.P. et al. (2023) ‘Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Featured Based Component di Resor Kabupaten Bogor’, *Altasia*, 5(2), pp. 41–50.
- Batubara, R.P. and Putri, D.A. (2022) ‘Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan di Taman Nasional Gunung Halimun Salak’, *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(2), pp. 94–101.
- Batubara, R.P., Setiawan, A.S. and Da Venus, C. (2024) ‘Analysis of User Satisfaction With Activity Based Components at Caldera Adventure : Rafting & Resort Sukabumi’, *Santhes : Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora*, 8(1), pp. 797–801.
- Beauty, S.I. and Suartana, I.M. (2024) ‘Implementasi Website Promosi Desa Wisata dengan Static Site Generator untuk Search Engine Optimization (Studi Kasus Desa Wisata Sendangduwur)’, *Journal of Informatics and Computer Science*, 06, pp. 322–332.
- Brey, E. et al. (2008) ‘Standard Hospitality Elements at Resorts : An Empirical Assessment’, *Journal of Travel Research*, 47(2), pp. 247–258.
- Brey, E.T., Morrison, A.M. and Mills, J.E. (2007) ‘An examination of destination resort

- research', *Current Issues in Tourism*, 10(5), pp. 415–442. doi:10.2167/CIT315.0.
- Ekasani, K.A. and Lestari, D. (2020) *Basic English Food And Beverages Service*. 1st edn. Bali: IPB Internasional Press.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Iriwanto, E., Muazir, S. and Rudiyono (2022) 'Perancangan Hotel Resort Kawasan Wisata Alam Bukit Kelam Di Kabupaten Sintang', *JMARS: Jurnal Mosaik Arsitektur*, 10(2), p. 627. doi:10.26418/jmars.v10i2.58490.
- Maullah, F.I. (2022) *Perancangan resort dengan pendekatan nilai budaya dan prinsip arsitektur lokal di aceh selatan tugas akhir*.
- Meldarianda, R. and S, H.L. (2010) 'Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung', *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17(2), pp. 97–108.
- Murphy, P. (2008) *The Bussiness of Resort Management*. 1st edn. Oxford: Elsevier.
- Puspita, R. and 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), pp. 46–50. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/140339-ID-penerapan-konsep-modern-natural-dengan-s.pdf>.
- Ridho, I.K. and Saputra, A. (2022) 'Resort Sebagai Salah Satu Upaya Untuk Mengurangi Stress Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus : Sukuh Cottage Kec. Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar)', in *Seminar Ilmiah Arsitektur III*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, pp. 274–280.
- Rulloh, N. (2017) *Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Objek Wisata Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung.
- Saputra, M. and Satwikasari, A. (2019) 'Kajian Arsitektur Tradisional Sunda Pada Desain Resort', *Purwarupa*, 3(4), pp. 65–73.
- Sari, D.P. and Batubara, R.P. (2021) 'E-Tourism as A Promotion Media for Cimande Tourism Village', *E-Journal of Tourism*, 8(1), pp. 115–124.
- Stringam, B.B. (2008) 'A Comparison of Vacation Ownership Amenities with Hotel and Resort Hotel Amenities', *Journal of Retail & Leisure Property*, 7(3), pp. 186–203. doi:10.1057/rjp.2008.10.
- Surentu, Y.Z., Warouw, D.M.D. and Rembang, M. (2020) 'Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa', *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), pp. 1–17. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/31117/29843>.
- Syah, A. (2021) *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Untari, R. et al. (2019) 'Academic Community ' s Attitudes and Perceptions on the Decision of Visiting Nature-Based Tourism Destinations in Indonesia', *International Journal of Research and Review*, 6(March), pp. 121–128. Available at: www.ijrrjournal.com.
- Untari, R. et al. (2023) 'Pengembangan Desa Benteng Sebagai Desa Wisata Berbasis Agro di Masa Pandemi Covid-19', *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1), pp. 33–45. doi:10.29244/agrokreatif.9.1.33-45.
- Wardani, Y. (2013) *Hubungan Website sebagai Media Informasi Hotel dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Menginap Di Fave Hotel Premier Cihampelas*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wijaya, R. et al. (2019) 'Pengaruh Atmosphere, Fasilitas dan Word of Mouth Terhadap Minat Menginap Di Hotel', *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), pp. 325–330.