



ANALISIS STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PENGUNJUNG DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI OBJEK WISATA T-GARDEN KECAMATAN DELI SERDANG

ANALYSIS OF STRATEGIES TO INCREASE VISITOR SATISFACTION IN TOURISM DEVELOPMENT AT THE T-GARDEN TOURISM OBJECT, DELI SERDANG DISTRICT

Wulan Anggraini Sembiring¹⁾, Vina Maria Ompusungung²⁾ (Universitas Quality, Jl. Ngumban
Surbakti No.18, Sempakata, Kec Medan Selayang, Kota Medan Sumatera Utara, 20123, Indonesia)
wulananggraini752@gmail.com

ABSTRAK

Wisata T-Garden, kecamatan Deli Serdang merupakan salah satu objek wisata yang memiliki daya tarik tersendiri yang dapat dikembangkan dengan lebih baik lagi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dalam pengembangan wisata di objek wisata T-Garden. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan yaitu, memanfaatkan keunikan, melakukan promosi, memperbaiki fasilitas, sarana prasarana, dan memberikan pelayanan yang maksimal untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Dan melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di objek wisata T-Garden.

Kata Kunci: *Kepuasan pengunjung, Pengembangan, Pariwisata*

ABSTRACT

T-Garden Tourism, Deli Serdang sub-district is a tourist attraction that has its own charm which can be developed even better. This research aims to increase visitor satisfaction in tourism development at the T-Garden tourist attraction. In this research the method used is a qualitative method. The data collection techniques used were observation, interviews, documentation and literature study. Data analysis techniques, namely, data reduction, data presentation, drawing conclusions and SWOT analysis. The research results show that the development strategy carried out is, taking advantage of uniqueness, carrying out promotions, improving facilities and infrastructure, and providing maximum service to increase visitor satisfaction. And carry out a SWOT analysis to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats that exist in the T-Garden tourist attraction.

Keywords: *Visitor satisfaction, Development, Tourism*

PENDAHULUAN

Wisata T-Garden adalah wisata dengan konsep nuansa Bali serta gapura dan patung-patung seperti di Bali dan juga fasilitas sarana prasarana yang telah tersedia di objek wisata harus mendapatkan perhatian guna menunjang kegiatan didalamnya dengan kondisi, kualitas, kuantitas dan distribusi yang baik sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Jika suatu wisata gagal memenuhi ekspektasi, pengunjung akan merasa tidak puas, jika suatu objek wisata sesuai dengan ekspektasi, maka pengunjung akan merasa puas dan jika melebihi ekspektasi, maka pengunjung akan merasa sangat puas.

Wisata T-Garden fasilitasnya kurang memadai seperti, toilet yang rusak dan kurang bersih. Tidak adanya angkutan umum menuju objek wisata tersebut, serta wisata ini juga tampak kurang terawat terlihat dari kebersihan dan pemeliharaan yang kurang optimal dan hanya terdapat satu restoran atau satu tempat yang menjual makanan. Sehingga dapat menyebabkan kurangnya kepuasan yang didapat oleh pengunjung saat berkunjung ke objek wisata tersebut.

T-Garden adalah sebuah destinasi wisata yang terletak di Kabupaten Deli Serdang wisata T-Garden didirikan pada tahun 2017. Tempat ini dirancang untuk memberikan pengalaman berlibur yang membuat pengunjung merasakan suasana seperti berada di Bali. Wisata ini memiliki pemandangan yang indah untuk dipandang, para pengunjung dapat menikmati keindahan alam dengan berjalan disekitar taman yang dipenuhi dengan tanaman-tanaman hijau dan didekorasi seperti Bali.

Strategi pengembangan pariwisata adalah hal yang dilakukan agar wisata yang ada menjadi berkembang lebih baik lagi kedepannya. Strategi pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan. Ketersediaan fasilitas-fasilitas yang lengkap dan menunjang pengembangan pariwisata. Menurut Setiawan (2015) strategi pengembangan pariwisata yaitu:

1. Menciptakan objek wisata unik

Objek wisata harus memiliki posisi konsep yang unik, yang akan membedakan dari pesaingnya. Keunikan ini yang akan membedakan dengan wisata yang lain.

2. Pengembangan tujuan wisata baru

Dalam pengembangan tujuan wisata baru dapat ditempuh dengan bentuk yaitu melalui pengembangan daerah wisata baru yang ada. Dalam menjalankan pengembangan objek wisata baru intern ini dilakukan dengan membentuk bagian penelitian dan pengembangan itu sendiri. Artinya bahwa ketika organisasi ingin membuka tujuan wisata baru terlebih dahulu harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan para wisatawan.

3. Produk dari wisata

Produk dari wisata adalah segala hal yang ditawarkan dari wisata tersebut. Baik dari segi fasilitas yang disediakan maupun sarana dan prasarana penunjang lainnya.

4. Promosi

Promosi adalah hal yang dilakukan guna untuk memperkenalkan, memberitahu masyarakat banyak mengenai objek wisata pada suatu daerah tersebut.

Pengembangan pariwisata pada umumnya bertujuan untuk memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata, dalam pembangunan objek wisata dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan kelestarian budaya dan mutu lingkungan hidup serta kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri. Beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan objek wisata anatara lain daya tarik wisata, kelembagaan, promosi, akseibilitas, serta modal/anggran. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan objek wisata yaitu persaingan serta kebijakan pemerintah. Faktor-faktor tersebut baik internal maupun eksternal dapat berpengaruh terhadap objek wisata baik sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman bagi pengembangan objek wisata (Masrurun, 2020).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap produk asli atau dengan kinerja produk yang diharapkan. apabila pengunjung ditanya mengenai penilaian kepuasan mereka maka muncul banyak jawaban yang berbeda-beda, karena setiap pengunjung memiliki cara pandang dan cara penilaian tersendiri, tetapi ada beberapa kesamaan yang diinginkan para pengunjung, seperti pengunjung mengharapkan kenyamanan dan kesesuaian terhadap apa yang mereka lihat melalui video atau pun melalui dari berita lainnya yang tersebar tentang wisata T-Garden.

Menurut (Tjiptono 2016) “kepuasan pengunjung adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan yang dapat memedai kebutuhan konsumen (pengunjung)”. Kepuasan pengunjung tergantung pada anggapan kinerja fasilitas dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pengunjung. Bila fasilitas jauh lebih rendah dari yang diharapkan pengunjung, maka konsumen akan merasa tidak puas, bila prestasi sesuai dengan yang diharapkan, pengunjung akan merasa puas. “Semakin memadai fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan dan diberikan pada pengunjung, maka kepuasan pengunjung juga akan semakin besar” (Sugiman 2014). Menurut Somad dan Priansa (2014) menyatakan kepuasan pengunjung adalah sejauh mana kinerja suatu produk yang dirasakan sesuai dengan ekspektasi yang dirasakan pengunjung.

Daya tarik tempat wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan dan keindahan dalam bentuk keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Kualitas daya tarik suatu tempat wisata dipengaruhi dari sudut pandang orisinalitas, keaslian atau keotentikannya (Hermawan, 2017).

Menurut Salim ddk (2022) menyatakan bahwa daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Destinasi wisata dibagi menjadi lima daya tarik, yaitu:

- a. Daya tarik wisata alam (natural attraction)
Daya tarik wisata yang meliputi pemandangan alam daratan, pemandangan alam lautan, pantai, iklim atau cuaca.
- b. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (building attraction) Arsitektur bangunan yang meliputi bangunan dan arsitektur bersejarah, bangunan dan arsitektur modern, arkeologi.
- c. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (managed visitor attractions) yang meliputi tempat peninggalan kawasan industri.
- d. Daya tarik wisata budaya (cultural attraction)
Daya tarik wisata budaya yang meliputi teater, museum, tempat bersejarah, adat-istiadat, tempat-tempat religius, peristiwa-peristiwa khusus seperti festival dan drama bersejarah dan heritage seperti warisan peninggalan budaya.
- e. Daya tarik wisata sosial seperti gaya hidup penduduk di tempat tujuan wisata.

Menurut etimologi kata, pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak atau berkeliling, sedangkan wisata berarti pergi atau berpergian. Maka kata pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain. Seseorang akan berwisata ketempat yang menarik atau ketempat yang disukai. Hal tersebut menimbulkan harapan pengunjung terhadap destinasi wisata yang akan dituju.

Harapan pengunjung juga berasal dari pengalaman pengunjung pada kunjungan sebelumnya atau pengalaman datang ke tempat wisata lainnya dengan tema yang sama. Harapan wisatawan dapat berubah seiring dengan berkembangnya penyediaan layanan wisata (Bakhtiar&Sunarka, 2021). Mayasari dan Budiarmo (2017) mengungkapkan bahwa atribut destinasi merupakan salah satu kunci untuk menarik pengunjung, disamping itu juga perlu membangun citra yang positif, sehingga pengunjung memperoleh kepuasan seiring dengan adanya perbaikan tersebut. Adapun beberapa atribut yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata menurut (Sugama 2014) yaitu:

a. Daya Tarik

Daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata. Dalam kegiatan berwisata ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke wisata yang dituju, didalamnya terdapat daya tarik wisata, sarana prasarana dan juga masyarakat yang saling terkait untuk melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daerah tujuan wisata untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan kondisi infrastruktur yang digunakan untuk mencapai lokasi objek wisata tersebut. Aksesibilitas akan memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi tujuan wisata. Oleh karena itu, semakin baik aksesibilitas pada suatu objek wisata, maka semakin baik pula tingkat kunjungan pengunjung pada tempat tersebut. Aksesibilitas dari destinasi wisata mempengaruhi biaya berlibur, kecepatan dan kenyamanan yang didapat seseorang pengunjung untuk dapat menjangkau suatu destinasi wisata.



c. Fasilitas

Fasilitas adalah sarana dan prasarana yang disediakan untuk pengunjung selama berada di suatu objek wisata. Atribut ini sangatlah penting karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang. Untuk memenuhi kebutuhan perjalanan tersebut, perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan toilet, tempat parkir, penginapan, tempat makan atau restoran, souvenir dan fasilitas lain untuk mendukung kepuasan pengunjung.

d. Pelayanan

Kualitas pelayanan bagaimana antara ekspektasi penikmat layanan dan persepsi dibandingkan dengan pengalaman berupa layanan yang diterima. Atribut pelayanan ini berfungsi mendorong pengembangan dan pembangunan

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif penelitian kualitatif merupakan penelitian yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari seseorang dan pelaku yang dapat diamati. Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yaitu, observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data yaitu, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung agar pengunjung merasa puas saat berkunjung di suatu objek wisata. Setiap objek wisata memiliki keunikan atau daya tarik dan potensis tersendiri, sehingga suatu objek wisata dapat dikembangkan melalui daya tarik maupun potensi yang dimiliki objek wisata yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pengembangan agar objek wisata dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan dapat menarik minat pengunjung lebih banyak lagi.

Berdasarkan hasil penelitian terkait strategi pengembangan yang dipariwisata di objek wisata T-Garden, terdapat strategi pengembangan yang dilakukan oleh wisata T-Garden yaitu, “mengembangkan objek wisata dengan memanfaatkan keunikan yang dimiliki wisata T-Garden yaitu konsep nuansa Bali atau daya tarik dari objek wisata T-Garden itu sendiri, melakukan pengembangan desain, seperti menambah area sport foto di T-Garden agar menarik lebih banyak lagi pengunjung yang datang mengunjungi wisata ini, melakukan promosi di media sosial untuk memperkenalkan wisata T-Garden kepada lebih banyak lagi masyarakat, memperbaiki sarana prasarana dan fasilitas seperti jalan yang dulunya tidak bagus untuk menuju masuk ke dalam area wisata sekarang sudah jauh lebih bagus, memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada pengunjung saat berkunjung ke objek wisata T-Garden”.

Hasil penelitian hambatan atau kendala yang pernah di alami dalam pengembangan pariwisata T-Garden yaitu, “hambatan yang pernah dialami saat melakukan pengembangan wisata ini, seperti keterbatasan modal untuk memperbaharui fasilitas, melakukan pemeliharaan, perawatan dan ketergantungan pada musim sehingga berdampak pada tingkat kepuasan pengunjung dan menyebabkan kurangnya pengalaman saat melakukan kunjungan di objek wisata ini”. Setiap wisata memiliki daya tariknya tersendiri untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung ke objek wisata untuk menikmati keindahan alam dan daya tarik yang dimiliki wisata. Daya tarik wisata T-Garden yaitu saat pengunjung melakukan kunjungan langsung akan disambut dengan nuansa Bali, seperti sebagian desain bangunan mirip khas Bali, gapura dan patung-patung dan wisata ini juga memiliki berbagai wahana yang disediakan untuk pengunjung yang melakukan kunjungan. Hal ini sesuai dengan pendapat Hermawan (2017) daya tarik tempat merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan dan keindahan dalam bentuk keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia. Kualitas daya tarik suatu tempat wisata dipengaruhi dari sudut pandang orisinilitas, keaslian atau keotentikannya.



2. Kepuasan pengunjung

Berdasarkan hasil penelitian bagaimana tingkat kepuasan pengunjung dan apa yang membuat pengunjung merasa puas atau tidak puas selama berkunjung di objek wisata T-Garden yaitu, “kalau dari tingkat kepuasan saya merasa kurang puas, karena saya merasa tidak sesuai dengan ekspektasi saya, untuk fasilitas juga kurang memuaskan salah satunya kamar mandinya tidak semua bisa digunakan, tidak bersih dari segi pelayaannya juga kurang, lapangan wisata ini cukup luas tetapi tidak ada tempat untuk berteduh jadi, menurut saya perlu untuk menambah fasilitas seperti gazebo atau ponduk untuk berteduh dan harga tiket masuknya juga lumayan mahal tidak sesuai dengan apa yang di dapat pengunjung”.

Kepuasan pengunjung bisa didapat dengan memenuhi semua kebutuhan pengunjung selama berada di objek wisata baik itu dari segi fasilitas, pelayanan, harga atau pun sarana dan prasarana. Pengunjung akan merasa puas ketika mereka merasa apa yang pengunjung harapkan sesuai dengan ekspektasi mereka. Objek wisata T-Garden memiliki fasilitas yang kurang memuaskan salah satunya kamar mandi yang kurang bersih, wisata ini juga tampak kurang terawat, memiliki sport foto patung yang menarik tetapi warna cat patung-patung tersebut sudah mulai memudar sehingga memberikan kesan yang kurang bagus, pelayanan yang kurang baik atau kurang memuaskan dan harga tiket masuk tidak sesuai dengan fasilitas yang didapatkan oleh pengunjung, sehingga pengunjung merasa kurang puas saat berkunjung di objek wisata ini. Sesuai dengan pendapat Sugiaman (2014) semakin memadai fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan dan diberikan pada pengunjung, maka kepuasan pengunjung juga akan semakin besar.

3. Atribut Wisata

Setiap objek wisata harus memiliki atribut masing-masing, atribut dalam destinasi yang dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Atribut wisata terdiri dari; daya tarik, aksesibilitas, fasilitas dan pelayanan. Atribut objek wisata T-Garden yaitu terdiri dari: (1) Daya tarik, daya tarik objek wisata T-Garden sendiri yaitu wisata yang bernuansa Bali (2) Aksesibilitas, Aksesibilitas menuju objek wisata ini bagus, sehingga mempermudah pengunjung dan membuat pengunjung merasa nyaman saat mengakses lokasi wisata T-Garden. (3) Fasilitas, fasilitas wisata ini dapat dibilang sudah lengkap, tetapi fasilitas wisata ini kurang memuaskan sehingga pengunjung merasa kurang puas saat

melakukan kunjungan. (4) Pelayanan, wisata ini memiliki pelayanan yang disara pengunjung kurang memuaskan dan kurang ramah terhadap tamu yang datng dan pelayanan yang lambat. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugianan (2014) atribut wisata yang harus dimiliki oleh suatu objek wisata yaitu: (1) Daya tarik, daya tarik wisata memiliki kekuatan tersendiri sebagai komponen produk pariwisata. Dalam kegiatan berpariwisata ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke wisata yang dituju, didalamnya terdapat daya tarik wisata, sarana dan prasarana dan juga masyarakat yang saling terkait untuk melengkapi terwujudnya kepariwisataan. (2) Aksebilitas, merupakan kondisi infrastruktur yang digunakan untuk mencapai lokasi objek wisata tersebut. Aksebilitas akan memudahkan pengunjung untuk mencapai lokasi tujuan wisata. (3) Fasilitas, adalah sarana dan prasarana yang disediakan untuk pengunjung selama berada di suatu objek wisata, atribut ini sangatlah penting karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. (4) pelayanan, kualitas pelayanan bagaimana antara eksptasi penikmat layanan dan persepsi dibandingkan dengan pengalaman berupa layanan yang diterima. Atribut pelayanan ini berfungsi mendorong pengembangan dan pembangunan terhadap objek wisata. Dan hal ini juga sesuai dengan yang dikatakan Mayasari dan Budiantmo (2017) atribut destinasi merupakan salah satu kunci untuk menarik pengunjung, disamping itu juga perlu membangun citra yang positif.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis sektor yang menjadi kelemahan dan hambatan atau permasalahan yang cukup diharapkan objek wisata dimasa mendatang atau yang ada saat ini sehingga dapat disusun strategi dengan kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata. Analisis SWOT adalah strategi yang dapat digunakan untuk menganalisis identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Menurut Masrurun (2020) faktor-faktor baik internal maupun eksternal dapat berpengaruh terhadap objek wisata baik sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, maupun ancaman bagi pengembangan objek wisata. Metode perencanaan strategi yang digunakan dapat menggambarkan faktor internal yaitu, strength (kekuatan), weaknesses (kelemahan) dan faktor internal yaitu, opportunities (peluang), threats (kelemahan). Adapun matriks SWOT dari hasil penelitian dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel: 4.1 Matrik Analisis SWOT

Internal Eksternal	Strenght (S) 1. Terdapat banyak sport foto yang menarik 2. Akses jalan menuju lokasi wisata yang mendukung 3. Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asri	Weakness (W) 1. Jumlah pengunjung hanya ramai disaat hari libur besar 2. Kurang memadainya fasilitas yang ada 3. Promosi objek wisata yang masih kurang
Opportunity (O) 1. Perkembangan media sosial sebagai tempat promosi 2. Membuka toko souvenir atau cendra mata 3. Memanfaatkan potensi alam yang ada	Strategi S-O 1. Terdapat banyak sport foto yang menarik sehingga dengan adanya perkembangan media sosial dapat digunakan sebagai tempat melakukan promosi 2. Wisata ini bernuansa Bali sehingga cocok untuk membuka toko souvenir atau cendra mata 3. Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asri sehingga dapat memanfaatkan potensi alam yang ada	Strategi W-O 1. Jumlah pengunjung hanya ramai disaat hari libur besar sehingga dapat memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi 2. Kurang memadainya fasilitas yang ada sehingga cocok untuk membuka toko souvenir untuk melengkapi fasilitas 3. Promosi objek wisata yang masih kurang sehingga dapat memanfaatkan potensi untuk melakukan promosi yang menarik
Threats (T) 1. Adanya persaingan antara objek wisata lainnya 2. Menurunnya minat wisatawan 3. Jika cuaca hujan jalan akan licin karena jalan diarea wisata tersebut menurun dan bertangga	Strategi S-T 1. Terdapat banyak sport foto yang menarik sehingga sedikit persaingan antara objek wisata 2. Wisata yang bernuansa Bali sehingga dapat membah minat wisatawan 3. Panorama alam yang indah, sejuk dan masih asri jadi jika cuaca hujan jalan akan licin karena jalan diarea wisata tersebut menurun dan bertangga	Strategi W-T 1. Jumlah pengunjung hanya ramai disaat hari libur besar dikarenakan adanya persaingan antara objek wisata lainnya 2. Kurang memadainya fasilitas yang ada sehingga menyebabkan menurunnya minta wisatawan

Sumber: Objek Wisata T-Garden (2024)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, strategi pengembangan pariwisata untuk objek wisata T-Garden dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan keunikan bernuansa Bali, meningkatkan promosi melalui media sosial, memperbaiki fasilitas dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Selain itu, kepuasan pengunjung juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Kualitas fasilitas, pelayanan, harga, dan sarana prasarana yang memadai. Namun terdapat kekurangan dalam fasilitas, pelayanan dan perawatan di objek wisata T-Garden.

Atribut wisata terdiri dari, daya tarik, aksesibilitas, fasilitas dan pelayanan juga perlu dipertimbangkan dalam pengembangan objek wisata. Analisis SWOT menunjukkan beberapa faktor penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh objek wisata T-Garden.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, FN, Purboyo T, 2022. Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas Dalam Pengembangan Destinasi Wisata di Kecamatan Watumalang Kabupaten Wonosobo. *Majalah Ilmiah Dinamika Administrasi (MIDA)*, 19(1).
- Chaerunissa SF, Yuniningsih T, 2020. Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonolopo Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 9.2: 159-175.
- Darno D, Yosepha SY, 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia di Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 3(1): 39-50.
- Mayasari WM, Budiatmo A, 2017. Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Word Of Mouth terhadap Kepuasan Berkunjung pada Objek Wisata Taman Margasatwa Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Mularsari A, 2022. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era. *Turn Journal*, 2(1): 17-30.
- Nurizki ML, Ferdian F, 2023. Pengaruh Atribut Produk Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai Kecamatan X Kota Singkarak. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*. 6.2: 638-644.
- Oqtaviani M, 2021. Analisis Pengaruh Atribut Produk Wisata, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Pintu Langit Prigen Pasuruan. *Jurnal Academia Open*, 5:10-21070.



- Palendeng CA, Mantiri MS, Rachman I, 2022. Peran Pemerintahan Kabupaten Minahasa Utara dalam Pengembangan Objek wisata Menara Tujuh Kaki Dian (Studi di Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa. Jurnal Eksekutif, 2(1).
- Primadany SR, Mardiyono, Riyanto, 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Ngajuk). Jurnal Administrasi Publik, 135-143.
- Rasyid MN, Naidah N, Danil D, 2021. Pengaruh tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Objek Wisata Malino Higlands Kabupaten Gowa. Jurnal Ar-Ribh, 4.2
- Subandi S, Yuliasuti R, Sulistyowati, E, 2023. Pengukuran Persepsi Wisatawa Terhadap Atribut Destinasi Wisata di Yogyakarta. Jurnal Optimal, 20(1): 1-10.
- Sugiyarto S, Amaruli, RJ, 2018. Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. Jurnal Administrasi Bisnis, 7.1: 45-52.
- Suryani, AI, 2017. Strategi pengembangan pariwisata lokal. Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi, 3(1).
- Widaningsih RRA, Santoso RB, Kartika E, 2023. Analisis Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pengunjung dan Motivasi Berkunjung Kembali ke Kawasan Kota Lama Semarang. Jurnal Industri Pariwisata. 6.1: 27-40