

ANALISIS POLA SEBARAN FASILITAS WISATA DAN KARAKTERISTIK KAWASAN BISNIS PARIWISATA DI KOTA CIREBON

Arla Janitra Berliana^{1*}, Apik Budi Santoso², Saptono Putro³, Edi Kurniawan⁴

¹Prodi Geografi, Universitas Negeri Semarang,

arlajanita@students.unnes.ac.id^{1*}, apikbudi@mail.unnes.ac.id², saptonoputro@mail.unnes.ac.id³,
edikurniawan@mail.unnes.ac.id⁴

ABSTRAK

Abstrak: Kawasan Binis Pariwisata terbentuk karena adanya kelengkapan fasilitas yang semula ditunjukkan untuk pelayanan umum dan kegiatan yang bersifat komersial beralih menjadi daya tarik wisata. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pola sebaran fasilitas wisata dan karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata serta tingkat kepuasan wisatawan di Kota Cirebon. Analisis data menggunakan teknik Analisis Tetangga Terdekat untuk menganalisis pola sebaran fasilitas wisata, Analisis spasial berbasis SIG untuk menganalisis karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menganalisis tingkat kepuasan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Pola sebaran fasilitas wisata di Kota Cirebon memiliki pola mengelompok pada setiap *Landmark* yang ada dengan nilai $T = 0,597$. 2) Karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata memiliki 4 karakteristik yang terbentuk dari integrasi antara *Core Attraction*, *Central Business District Function* dan *Essential Services*. 3) Tingkat kepuasan wisatawan menunjukkan bahwa 4 Atribut di Kuadran A, 7 Atribut di Kuadran B, 12 di Kuadran C dan 2 di Kuadran D.

Kata Kunci: Fasilitas Wisata; *Tourism Business District*; Tingkat Kepuasan Wisatawan

Abstract: *Tourism Business District is formed due to completeness of facilities that were originally intended for public services and commercial activities that have turned into tourist attractions. This study analyzes the distribution pattern of tourism facilities, TBD characteristics, and tourist satisfaction levels in Cirebon City. Data analysis uses the Nearest Neighbor Analysis technique to analyze the distribution pattern of tourism facilities, GIS-based spatial analysis to analyze the characteristics of Tourism Business Districts and Importance Performance Analysis (IPA) to analyze the level of tourist satisfaction. The results of the study show that: 1) The distribution pattern of tourism facilities in Cirebon City has a clustered pattern on each existing Landmark with values $T = 0.597$. 2) The characteristics of the Tourism Business District have 4 characteristics formed from the integration between Core Attraction, Central Business District Function, and Essential Services. 3) The level of tourist satisfaction shows that there are 4 Attributes included in Quadrant A, 7 in Quadrant B, 12 in Quadrant C and 2 in Quadrant D.*

Keywords: *Tourist Facilities; Tourism Business District; Level of Tourist Satisfaction*

Article History:

Received: 15-05-2025

Revised : 13-09-2025

Accepted: 19-08-2025

Online : 01-09-2025



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Kota Cirebon terletak di Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah 39,48 Km² dan berada di ketinggian antara 0-200 meter di atas permukaan laut, peningkatan ketinggian dimulai dari pantai menuju ke arah Selatan dengan ketinggian maksimal setinggi 200 m yang terletak di Kelurahan Argasurya, Kecamatan Harjamukti (Pemerintah, 2008). Kota ini berperan sebagai CBD (*Central Business District*). Sebagai Kawasan Bisnis utama, Kota Cirebon mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahun. Pesatnya pertumbuhan Kota Cirebon berjalan beriringan dengan pertumbuhan sektor lainnya, salah satunya yakni pariwisata perkotaan (Pemkot Cirebon, 2023).

Pariwisata perkotaan dalam proses pertumbuhannya perlu adanya dukungan dari sektor lain terutama kelengkapan fasilitas pelayanan perkotaan (Prisca Bicawasti Budi Sutanty & Wiwik Dwi Pratiwi, 2022). Lengkapinya fasilitas pelayanan perkotaan yang semula ditunjukkan untuk pelayanan umum akan berkembang menjadi daya tarik dan menambah nilai pariwisata perkotaan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Kota Cirebon. Akibat dari adanya pemusatan bisnis tersebut membentuk fasilitas baru yang semakin lengkap dan berubah menjadi daya tarik sehingga membentuk TBD (*Tourism Business District*). Fasilitas wisata menurut Jansen-Verbeke (1986) dalam (PUSPITA, 2008) dapat meliputi fasilitas primer (objek wisata itu sendiri), fasilitas sekunder dan fasilitas kondisional. Fasilitas-fasilitas tersebut sangat penting untuk mengetahui sebaran dan karakteristik daya tarik pariwisata. Getz (1993) dalam (Prisca Bicawasti Budi Sutanty & Wiwik Dwi Pratiwi, 2022) memperkenalkan konsep pariwisata perkotaan yakni Kawasan Bisnis Pariwisata yang memiliki tiga komponen utama yang meliputi *Core attractions* (*Landmark* utama), *Central Business District function* (bangunan yang digunakan sebagai pusat kegiatan niaga dan ekonomi) dan *Essential services* (fungsi pelayanan dan kelengkapan fasilitas yang mendukung keberlangsungan dari Kawasan Bisnis Pariwisata).

Pengembangan kawasan bisnis pariwisata di Kota Cirebon sejalan dengan visi RPJPD (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah) 2005–2025, yang menekankan iklim usaha yang kondusif dan berkelanjutan. Pemerintah menetapkan slogan *The Gate of Secret* melalui SK Wali Kota No. 430/Kep.-DKOKP/2019, menggambarkan kekayaan budaya, sejarah, kuliner, dan religi (Pemerintah, 2008). Selain itu, program *Work from Destination* diluncurkan untuk meningkatkan pelayanan wisata dengan menyerap aspirasi wisatawan dan masyarakat, yang akan diterapkan di Keraton Kacirebonan dan Kampung Arab Panjunan (Disbudpar, 2024). Kota Cirebon memiliki berbagai macam destinasi wisata yang beberapa diantaranya menjadi sektor wisata unggulan. Jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Cirebon naik menjadi 3,5 juta wisatawan, angka tersebut melebihi target 2,4 juta kunjungan wisatawan (Disbudpar, 2024). Berdasarkan fenomena tersebut dalam RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) Kota Cirebon 2018-2023 Pemerintah Kota Cirebon akan memprioritaskan pengembangan fasilitas sarana dan prasarana pariwisata pada destinasi wisata sejarah, wisata bahari/pantai, wisata belanja dan wisata kuliner (Cirebon, 2023).

Selain kelengkapan fasilitas perkembangan pariwisata perkotaan juga dipengaruhi oleh kesan wisatawan dalam mengkonsumsi produk dan jasa, daya tarik wisata serta pelayanan masing-masing destinasi selama berkunjung. Hal tersebut nantinya akan mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kota Cirebon. Sejalan dengan (Fanggidae & R. Bere, 2020) dikatakan bahwa

kepuasan wisatawan adalah salah satu tolak ukur dari keberhasilan suatu daya tarik wisata.

Seiring meningkatnya kunjungan wisatawan, sejumlah permasalahan pariwisata muncul di Kota Cirebon, seperti pungli bermodus parkir liar, infrastruktur jalan yang buruk, keterbatasan lahan parkir, sampah pasca acara, fasilitas wisata terbengkalai, serta minimnya informasi dan peta sebaran fasilitas wisata yang berdampak pada kenyamanan dan kepuasan wisatawan (Abdullah Fikri Ashri, 2019). Sejalan dengan fakta tersebut penelitian ini membahas mengenai sebaran fasilitas wisata serta pola dan karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata di Kota Cirebon serta kajian lebih mendalam mengenai tingkat kepuasan wisatawan. Hal inilah yang dapat menjadi indikator dalam hal keberhasilan daya tarik wisata di Kota Cirebon. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pola sebaran fasilitas wisata dan karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata serta tingkat kepuasan wisatawan di Kota Cirebon.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis metode deskriptif kuantitatif dengan sumber data diperoleh dari data sekunder berdasarkan hasil studi dokumentasi dan data primer berdasarkan hasil observasi lapangan, kuisisioner dan wawancara. Dalam penelitian ini uji validitas dan uji reabilitas digunakan untuk menguji kelayakan atribut soal kuisisioner.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini terbagi dua yakni sampel wilayah dan sampel manusia. Sampel wilayah dalam penelitian ini adalah seluruh Kawasan Bisnis Pariwisata di Kota Cirebon, sedangkan yang dimaksud dengan sampel manusia adalah wisatawan domestik yang sedang berkunjung. Teknik pengambilan sampel manusia menggunakan *Accidental Sampling*. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah siapa saja wisatawan yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti saat melakukan pengambilan data dapat dijadikan sampel penelitian, apabila wisatawan tersebut cocok sebagai sumber data (Indriyani & Kurniawan, 2022; Rahmat & Putro, 2020). Ukuran sampel manusia yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada tingkat kunjungan wisata domestik terbaru yang diperoleh penulis pada saat prasurvei, yakni data kunjungan pada Januari – Oktober tahun 2024. Hal tersebut dikarenakan wisatawan domestik dapat dengan mudah ditemukan, berbeda dengan wisatawan mancanegara yang mungkin tidak penulis temui saat melakukan observasi. Data kunjungan wisatawan tersebut dihitung menggunakan rumus slovin untuk melihat jumlah wisatawan yang layak menjadi sumber data dan mewakili seluruh total populasi, dengan rincian rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Tetangga Terdekat untuk menganalisis pola sebaran fasilitas wisata, Analisis spasial berbasis SIG (Sistem Informasi Geografi) untuk menganalisis karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk

menganalisis Tingkat kepuasan wisatawan terhadap Kawasan Bisnis Pariwisata berdasarkan komponen pariwisata 4A *Attraction* (Daya tarik), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary* (Lembaga pelayanan). Menurut John Martila and John C. dikutip dalam (Sahfitri, 2017) rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan adalah sebagai berikut.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja pelayanan yang diterima oleh wisatawan

Yi = Skor penilaian kepentingan wisatawan

Dalam diagram kartesius sumbu mendatar atau X menunjukkan tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak atau Y menunjukkan tingkat kepentingan. Maka untuk penyederhanaan rumus, setiap aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dapat dihitung dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

Xi = Skor penilaian kinerja Tourism Business District

Yi = Skor penilaian kepentingan wisatawan (jumlah responden)

Setelah melakukan pengukuran tingkat kesesuaian, selanjutnya adalah membuat peta posisi koordinat *Importance* dan *Performance* dari aspek-aspek yang sudah dihitung. Diagram tersebut terdiri dari empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan lurus pada titik-titik. Adapun perhitungannya dapat menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{k} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{k}$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja seluruh aspek

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan seluruh aspek yang mempengaruhi kepuasan wisatawan

Dari perhitungan tersebut akan diketahui nilai X dan Y yang akan digunakan untuk mengetahui posisi koordinat suatu atribut yang terletak di dalam diagram kartesius.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pola Sebaran Fasilitas Wisata

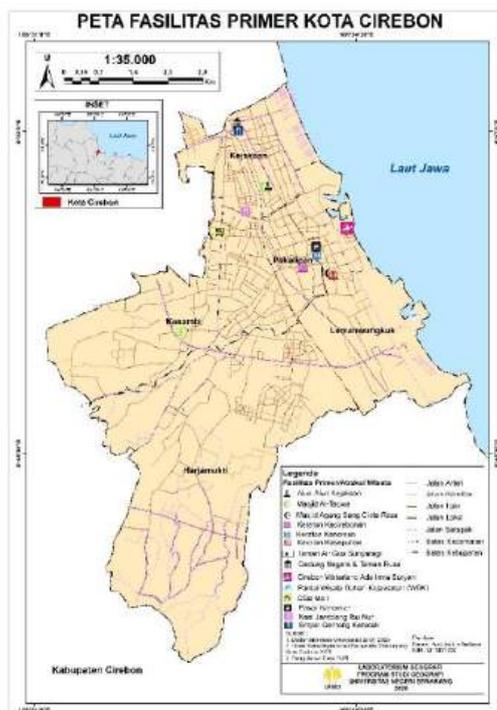
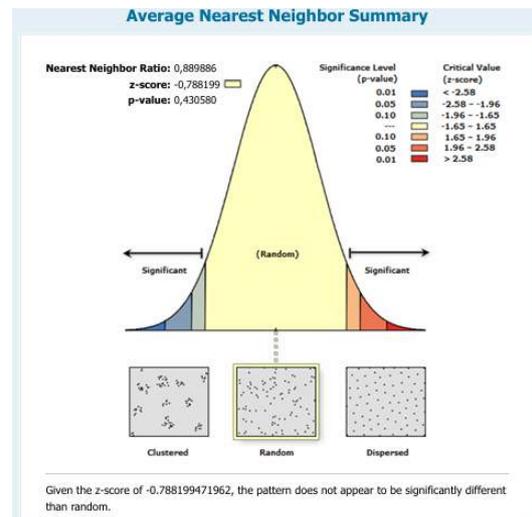
a. Fasilitas Primer

Fasilitas primer merupakan fasilitas utama yang menjadi daya tarik utama wisata dan biasanya terletak di pusat kota. Fasilitas primer juga bisa didefinisikan sebagai tempat untuk mengisi waktu luang, tempat yang memiliki berbagai macam kegiatan yang menarik masyarakat untuk berwisata (Dhamayanti, 2009). Biasanya dapat berupa bangunan-bangunan bersejarah yang memiliki arsitektur yang unik, bangunan peribadatan, alun-alun, museum, tempat yang didalamnya terdapat berbagai macam kuliner khas daerah, atau tempat lainnya yang merepresentasikan adanya keberagaman dan tersebar di sekitar pusat kota. Dalam penelitian ini, fasilitas primer merujuk pada 14 landmark Kota Cirebon, yang mayoritas bercirikan pariwisata budaya dan sejarah.

Tabel 3. Fasilitas Primer/daya Tarik Utama Kota Cirebon

| No | Jenis Fasilitas Primer | Tiket Masuk |
|----|------------------------------------|-------------|
| 1 | Keraton Kasepuhan | Ada |
| 2 | Keraton Kanoman | Ada |
| 3 | Keraton Kacirebonan | Ada |
| 4 | Masjid Agung Sang Cipta Rasa | Tidak Ada |
| 5 | Masjid At-Taqwa | Tidak Ada |
| 6 | Alun-Alun Kejaksan | Tidak Ada |
| 7 | Gua Sunyaragi | Ada |
| 8 | Gedung Negara dan Taman Rusa | Tidak Ada |
| 9 | Cirebon Waterland Ade Irma Suryani | Ada |
| 10 | Pantai Wisata Bahari Kejawan | Ada |
| 11 | CSB Mall | Tidak Ada |
| 12 | Pasar Kanoman | Tidak Ada |
| 13 | Nasi Jamblang Ibu Nur | Tidak Ada |
| 14 | Empal Gentong Krucuk 1 | Tidak Ada |

Sumber : Pengolahan Data, 2025

**Gambar 1.** Peta Sebaran Fasilitas Primer**Gambar 2.** Perhitungan Analisis Tetangga Terdekat Fasilitas Primer

Berdasarkan **Gambar 1.** dan **Gambar 2.** persebaran fasilitas primer terkonsentrasi ditengah mengarah ke utara yang membentuk pola acak. Kondisi tersebut dapat terjadi dikarenakan sesuai dengan fungsi dan peran historis, geografis dan ekonomis. Fasilitas primer yang menggunakan tiket berjumlah 6, sedangkan yang tidak menggunakan tiket berjumlah 8. Adapun objek wisata yang tidak memiliki tiket masuk merupakan tempat terbuka yang biasanya dikelola oleh pemerintah langsung. Meskipun tidak ada tiket masuk akan tetapi pengunjung wajib membayar retribusi parkir ketika hendak mengunjungi objek wisata tersebut.

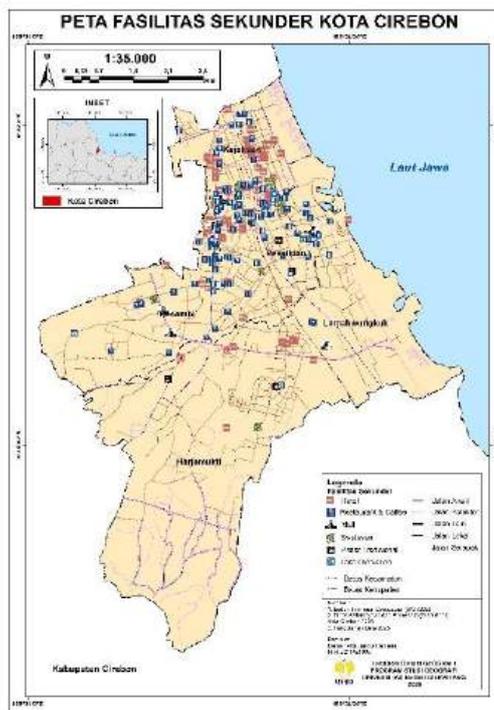
b. Fasilitas Sekunder

Fasilitas sekunder merupakan fasilitas penunjang fasilitas utama yang dibangun untuk menarik wisatawan berkunjung dan memenuhi kebutuhan wisatawan. Fasilitas sekunder memberikan kemudahan, pelayanan serta kesempatan kepada wisatawan untuk tinggal beberapa waktu dengan nyaman (Annisa et al., 2024). Kondisi ini yang membuat adanya pendapatan ekonomi bagi Kota Cirebon. Kualitas dan kuantitas dari fasilitas sekunder mempengaruhi banyaknya kunjungan wisatawan. Semakin banyaknya ketersediaan fasilitas dan kemudahan untuk menggunakannya, maka semakin banyak pula wisatawan yang akan berkunjung. Dibawah ini adalah data mengenai fasilitas sekunder di Kota Cirebon.

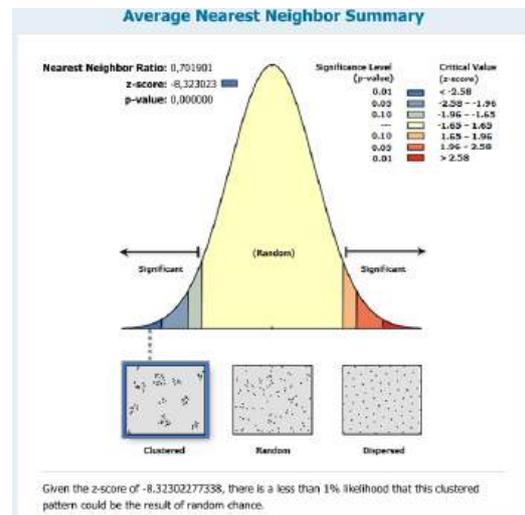
Tabel 4. Fasilitas Sekunder Kota Cirebon

| No | Jenis Fasilitas Sekunder | Jumlah |
|----|----------------------------------|--------|
| 1 | Akomodasi (Hotel dan Penginapan) | 75 |
| 2 | Restaurant dan Caffee | 97 |
| 3 | Mall | 7 |
| 4 | Swalayan | 12 |
| 5 | Pasar Tradisional | 5 |
| 6 | Pusat Oleh-Oleh | 19 |

Sumber : Pengolahan data, 2025



Gambar 3. Peta Sebaran Fasilitas Sekunder



Gambar 4. Perhitungan Analisis Tetangga Terdekat Fasilitas Sekunder

Berdasarkan **Tabel 4.**, **Gambar 3.** dan **Gambar 4.** dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak sekali fasilitas sekunder di Kota Cirebon. Mayoritas fasilitas sekunder didominasi oleh restaurant dan cafe. Dari keseluruhan fasilitas sekunder tersebut terkonsentrasi di tengah hingga utara Kota dengan pola mengelompok mengelilingi fasilitas primer.

c. Fasilitas Kondisional

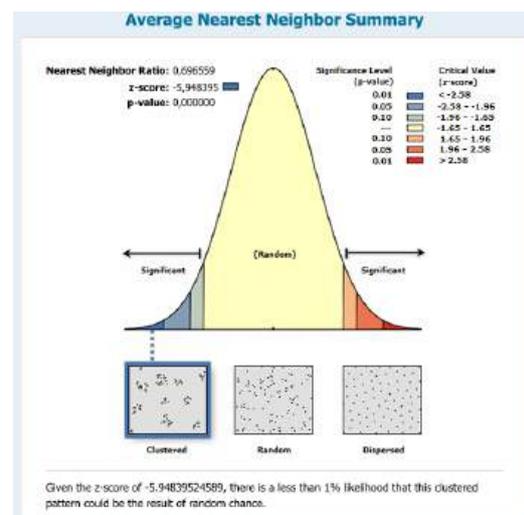
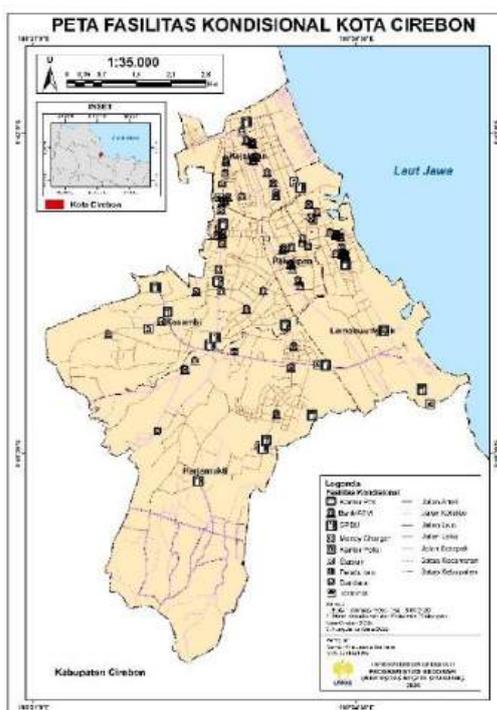
Fasilitas kondisional adalah fasilitas yang didalamnya termasuk infrastruktur pariwisata yang dibangun sebagai pelengkap dari fasilitas primer dan fasilitas sekunder (Annisa et al., 2024). Keberadaan fasilitas kondisional sangat mudah

ditemukan karena jumlahnya yang sangat banyak. Berikut adalah jumlah fasilitas kondisional di Kota Cirebon.

Tabel 5. Fasilitas Kondisional Kota Cirebon

| No | Jenis Fasilitas Kondisional | Jumlah |
|----|-----------------------------|--------|
| 1 | Pom Bensin | 17 |
| 2 | Bank dan ATM | 63 |
| 3 | Kantor Polisi | 5 |
| 4 | Money Charger | 7 |
| 5 | Stasiun | 2 |
| 6 | Terminal | 1 |
| 7 | Bandara | 1 |
| 8 | Pelabuhan | 1 |

Sumber : Pengolahan data, 2025

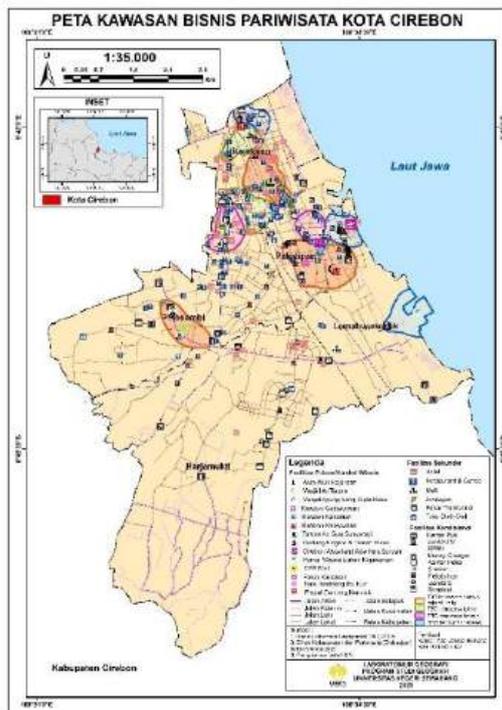


Gambar 5. Peta Sebaran Fasilitas Kondisional **Gambar 6.** Perhitungan Analisis Tetangga Terdekat Fasilitas Kondisional

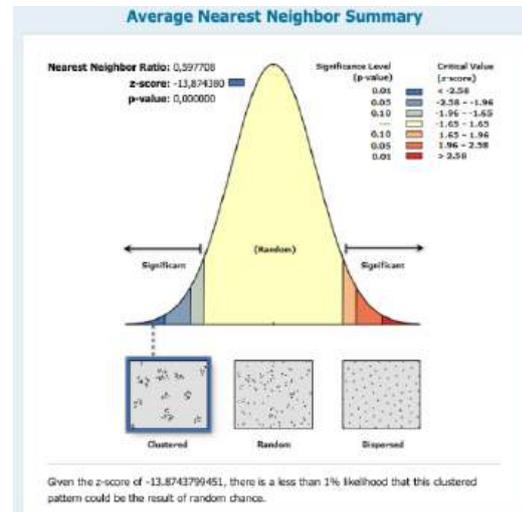
Berdasarkan **Tabel 5.**, **Gambar 5.** dan **Gambar 6.** dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak sekali fasilitas kondisional di Kota Cirebon. Berbeda dengan fasilitas primer dan sekunder, persebaran fasilitas kondisional terlihat lebih menyebar hingga ke selatan kota. Meskipun begitu fasilitas kondisional tetap memiliki pola mengelompok mengelilingi fasilitas primer. Fasilitas kondisional dengan jumlah terbanyak adalah ATM/Bank, hal tersebut sesuai mengingat Kota Cirebon merupakan CBD (*Central Business District*) yang melayani kebutuhan bisnis seperti transaksi perbankan, pinjaman korporasi yang sangat tinggi.

d. Pola Keruangan Kawasan Bisnis Pariwisata

Keseluruhan fasilitas wisata yang berkumpul yang dalam penelitian ini disebut dengan Kawasan Bisnis Pariwisata yang berada di Kota Cirebon ini membentuk pola Clustered atau Mengelompok dengan nilai $T = 0,597$. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan Analisis Tetangga Terdekat pada ArcGIS pada **Gambar 7.**



Gambar 7. Peta Pola Keruangan Kawasan Bisnis Pariwisata



Gambar 8. Perhitungan Analisis Tetangga Terdekat Kawasan Bisnis Pariwisata

Kenyataan tersebut dapat diperhatikan pada **Gambar 8**, yang merupakan pola keruangan Kawasan Bisnis Pariwisata yang menunjukkan bahwa fasilitas wisata yang ada di Cirebon mengelompok pada bagian utara. Bagian utara tersebut merupakan pusat kota yang didalamnya terdapat pusat pemerintahan yakni Kantor Walikota Cirebon dan berbagai aktivitas ekonomi serta pendidikan yang meluas ke area sekitarnya. Pola ini dipengaruhi aspek historis Kota Cirebon yang dimana kawasan utara merupakan pusat pemerintahan pada masa lalu yang dibuktikan dengan adanya Keraton Kesultanan. Hal tersebut yang kemudian memicu perkembangan Kota Cirebon sebagai pusat administratif dan ekonomi (Annisa et al., 2024). Selain karena faktor historis, faktor geografis Kota Cirebon yang berada di dataran rendah dekat pesisir pada bagian utara yang mempengaruhi pertumbuhan perkotaan lebih berkembang pesat, dikarenakan terdapat sumber air permukaan yang berasal dari 3 DAS, dekat dengan Pelabuhan sehingga mudah untuk mobilitas barang dan orang, kebijakan pemerintah serta tidak terhalang oleh topografi yang sulit (Bai et al., 2015; Dede et al., 2022). Dari segi penggunaan lahan, bagian utara Kota Cirebon mayoritas digunakan untuk bangunan yang bersifat komersil serta pemukiman, sedangkan pada bagian selatan penggunaan lahan digunakan untuk pemukiman tidak padat penduduk dan lahan hijau dan masih termasuk ke dalam wilayah yang memiliki kualitas lingkungan di bawah ambang batas (Cirebon, 2023).

2. Karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata

Karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata terbentuk dari persebaran fenomena geosfer yang berbeda dengan tempat lainnya sehingga menunjukkan adanya perbedaan karakteristik tertentu (Hardati et al., 2017). Pengwilayahan pariwisata tersebut dianggap memiliki potensi yang dianggap dapat dijadikan tujuan wisata yang pasti (Pendit, 1994; Vashanti, 2012). Daerah tersebut pasti memiliki daya tarik wisata berupa *Landmark*, kelengkapan fasilitas sekunder dan fasilitas

kondisional disekitarnya terdapat konsentrasi kegiatan ekonomi. Karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata dapat dilihat pada **Tabel 6.** sebagai berikut.

Tabel 6. Karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata Kota Cirebon

| Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Budaya, Sejarah, Religi | Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Kuliner | Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Belanja | Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Rekreasi |
|--|---|---|--|
| Terdapat kelengkapan fasilitas baik sekunder maupun kondisional | Terdapat kelengkapan fasilitas baik sekunder maupun kondisional | Terdapat kelengkapan fasilitas baik sekunder maupun kondisional | Terdapat kelengkapan fasilitas baik sekunder maupun kondisional |
| Landmark Wisata berupa Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Masjid At-Taqwa, Alun-Alun Kejaksan, Gua Sunyaragi | Landmark Wisata berupa Nasi Jamblang Ibu Nur dan Empal Gentong Kerucuk | Landmark Wisata berupa CSB (Cirebon Super Block) Mall dan Pasar Kanoman | Landmark Wisata berupa Cirebon Waterland Ade Irma Suryani, Pantai Wisata Bahari Kejawan (WBK) serta Gedung Negara dan Taman Rusa |
| Konsentrasi kegiatan ekonomi terdapat di Pasar Kanoman | Konsentrasi kegiatan ekonomi terdapat di Grage Mall dan sepanjang jalan Tentara Pelajar dan Jalan Slamet Riyadi | Konsentrasi kegiatan ekonomi terdapat di Pasar Kanoman, CSB Mall dan sepanjang jalan Dr. Cipto Mangunkusumo | Konsentrasi kegiatan ekonomi terdapat di Jalan Slamet Riyadi dan Jalan Yos Sudarso |

Sumber : Pengolahan data, 2025

Masing-masing karakteristik diatas terbentuk karena alasan tertentu. Kawasan bernuansa Budaya, Sejarah dan religi merepresentasikan pola perkembangan Kota Cirebon yang awalnya dibentuk dari fungsi Kerajaan dan pusat perdagangan internasional (Hendro, 2014). Kawasan bernuansa kuliner yang terdiri dari berbagai macam kuliner tradisional khas Kota Cirebon. Pengembangan wisata berbasis kuliner lokal yang menjadi elemen kunci dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Jayanti, 2017). Kawasan bernuansa belanja diidentifikasi di CSB Mall dan Pasar Kanoman, serta sepanjang Jalan Dr. Cipto Mangunkusumo. Lokasi ini menjadi pusat perbelanjaan modern dan tradisional yang berada di jalur utama Kota Cirebon. Hal ini sejalan dengan konsep Tourism Business District yang dikemukakan oleh Getz (1993), yang menyatakan bahwa CBD function menjadi salah satu faktor pendorong utama dalam pembentukan kawasan bisnis pariwisata di kota-kota pesisir dan heritage city seperti Cirebon. Terakhir, pusat kegiatan ini menunjukkan bahwa aksesibilitas dan kedekatan terhadap pesisir mendorong perkembangan pesat di kawasan rekreasi (Neng & Yulia, 2013).

3. Tingkat Kepuasan Wisatawan

Kepuasan merupakan suatu tanggapan emosional wisatawan dalam merasakan kemudian mengevaluasi pengalaman yang dirasakan dengan harapan dari perusahaan dan produknya dan pencapaian berdasarkan pengalaman nyata yang dirasakan setelah berinteraksi dengan perusahaan dan produknya tersebut

(Vavra, 2002; Rudiana & Hastuti Lestari Komarlina, 2023). Dalam penelitian ini tingkat kepuasan wisatawan terhadap Kawasan Bisnis Pariwisata diukur dengan menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan empat komponen pariwisata yakni, *Attraction* (Daya tarik), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary* (Lembaga pelayanan). Perhitungan dilakukan dengan menghitung rata-rata nilai X (rata-rata skor kinerja), nilai Y (rata-rata skor kepentingan) dan TKi (tingkat kesesuaian kepuasan). Perhitungan tingkat kepuasan ini dilakukan dengan membandingkan hasil skor kinerja dan skor kepentingan, sehingga didapat nilai yang digunakan untuk menentukan skala prioritas perbaikan yang dengan mudah dapat dilihat pada diagram kartesius.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Tingkat Kepuasan Wisatawan dengan Analisis *Importance Performance Analysis*

| No | Atribut | Tk Kinerja (Xi) | Tk Kepentingan (Yi) | Rata-rata Kinerja | Rata-rata Kepentingan | Tingkat Kesesuaian (Tki) |
|--------------------------------------|---------|-----------------|---------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| Attraction (Daya Tarik) | | | | | | |
| 1 | X1.1 | 319 | 330 | 3.19 | 3.3 | 97% |
| 2 | X1.2 | 293 | 342 | 2.93 | 3.42 | 86% |
| 3 | X1.3 | 329 | 333 | 3.29 | 3.33 | 99% |
| 4 | X1.4 | 299 | 349 | 2.99 | 3.49 | 86% |
| 5 | X1.5 | 302 | 342 | 3.02 | 3.42 | 88% |
| 6 | X1.6 | 307 | 339 | 3.07 | 3.39 | 91% |
| Accessibility (Aksesibilitas) | | | | | | |
| 7 | X2.1 | 331 | 349 | 3.31 | 3.49 | 95% |
| 8 | X2.2 | 284 | 343 | 2.84 | 3.43 | 83% |
| 9 | X2.3 | 303 | 335 | 3.03 | 3.35 | 90% |
| 10 | X2.4 | 297 | 330 | 2.97 | 3.3 | 90% |
| 11 | X2.5 | 332 | 349 | 3.32 | 3.49 | 95% |
| 12 | X2.6 | 328 | 354 | 3.28 | 3.54 | 93% |
| 13 | X2.7 | 320 | 348 | 3.2 | 3.48 | 92% |
| Amenities (Akomodasi) | | | | | | |
| 14 | X3.1 | 337 | 350 | 3.37 | 3.5 | 96% |
| 15 | X3.2 | 340 | 345 | 3.4 | 3.45 | 99% |
| 16 | X3.3 | 295 | 343 | 2.95 | 3.43 | 86% |
| 17 | X3.4 | 302 | 336 | 3.02 | 3.36 | 90% |
| 18 | X3.5 | 365 | 367 | 3.65 | 3.67 | 99% |
| 19 | X3.6 | 292 | 339 | 2.92 | 3.39 | 86% |
| Ancillary (Lembaga Pelayanan) | | | | | | |
| 20 | X4.1 | 284 | 339 | 2.84 | 3.39 | 84% |
| 21 | X4.2 | 296 | 335 | 2.96 | 3.35 | 88% |
| 22 | X4.3 | 278 | 346 | 2.78 | 3.46 | 80% |
| 23 | X4.4 | 306 | 341 | 3.06 | 3.41 | 90% |
| 24 | X4.5 | 301 | 341 | 3.01 | 3.41 | 88% |
| 25 | X4.6 | 293 | 337 | 2.93 | 3.37 | 87% |
| TOTAL | | 7733 | 8568 | 77.33 | 85.68 | 90% |

Sumber : Pengolahan data, 2025

Berdasarkan **Tabel 7.** dan perhitungan dengan menggunakan rumus IPA (*Importance Performance Analysis*) dapat diketahui bahwa nilai Tki Total antara kepentingan dan kinerja adalah 90% dengan nilai rata-rata kepentingan sebesar 85,68 dan nilai rata-rata kinerja 77,33. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa wisatawan masih belum merasa puas dengan fasilitas yang ada. Untuk mengetahui masing-masing atribut secara rinci dibuatlah diagram kartesius yang dapat dilihat pada **Gambar 9.** sebagai berikut.

- d. Petugas responsif ketika menangani masalah atau keluhan di lokasi wisata (X4.3). Atribut tersebut perlu ditingkatkan dengan melakukan evaluasi kerja dan pelatihan yang tepat sebelum siap melayani wisatawan.

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B menjelaskan tingkat kinerja tinggi dan tingkat harapan wisatawan tinggi. Berdasarkan hal tersebut maka hal-hal yang termasuk dalam kuadran ini menjadi hal-hal yang harus dipertahankan bagi pemerintah atau stakeholder untuk menjaga kenyamanan wisatawan ketika berkunjung. Adapun atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah sebagai berikut.

- a. Kondisi aksesibilitas menuju Kota Cirebon baik dan mudah dijangkau (X2.1).
- b. Terdapat transportasi umum seperti kereta api, ojek/taxi online angkot atau transportasi umum lainnya yang memadai (X2.5).
- c. Keberadaan jalan tol, stasiun kereta api, terminal, dan dekat dengan Bandara Internasional Kertajati sehingga menambah kemudahan aksesibilitas bagi wisatawan dari luar kota (X2.6).
- d. Saya merasa puas dengan aksesibilitas menuju Kota Cirebon (X2.7)
- e. Fasilitas sekunder yang disediakan dalam keadaan baik. Fasilitas sekunder terdiri dari : Akomodasi (Hotel, Penginapan, Villa, Wisma), Kuliner (Restauran, Café), Belanja (Mall, Pusat Perbelanjaan, Pusat Oleh-Oleh, Factory Outlet) (X3.1)
- f. Fasilitas kondisional yang disediakan dalam keadaan baik. Fasilitas kondisional terdiri dari : Bank/ATM, Pom Bensin, Kantor Pos, Money (X3.2)
- g. Kualitas dan kuantitas fasilitas wisata di Kota Cirebon perlu ditingkatkan kembali (X3.5)

Mayoritas atribut pada kuadran B mengenai aksesibilitas dan fasilitas wisata. Kondisi aksesibilitas yang mudah dijangkau ini disebabkan karena kondisi geografis Kota Cirebon yang berada di jalur Pantai Utara dan merupakan perbatasan antara Provinsi Jawa Tengah dan Jawa Barat. Selain itu, terdapat Jalan Tol, dekat dengan Bandara Internasional Jawa Barat dan terdapat dua stasiun besar kereta api membuat wisatawan mudah mengunjungi kota ini.

Selanjutnya selama di Kota Cirebon wisatawan dapat mengeksplor kota ini dengan menggunakan transportasi umum. Terdapat transportasi umum BRT (Bus Rapid Transit) yang bermula dan berakhir di Terminal Harjamukti dengan jarak tempuh 30 km yang mengelilingi Kota Cirebon. Wisatawan juga dapat menggunakan transportasi umum lainnya seperti angkot yang mudah ditemukan dan sudah banyak juga tersedia jasa ojek online.

Atribut yang menjadi kepuasan wisatawan dan patut dipertahankan lainnya adalah kelengkapan fasilitas sekunder dan fasilitas kondisional. berdasarkan hasil kuisisioner dan wawancara yang mendalam, bahwa fasilitas-fasilitas tersebut menjadi faktor penarik wisatawan luar Kota Cirebon untuk mengunjungi kota tersebut. Menurut Getz (1993) dalam Page (1995) bahwa kelengkapan fasilitas wisata yang semula bertujuan untuk kepentingan fungsi kawasan bisnis di pusat kota atau CBD (Central Business District) seiring berjalannya waktu berkembang menjadi daya tarik wisata. Kelengkapan fasilitas wisata tersebut menjadikan Kota Cirebon menjadi Kawasan Bisnis Pariwisata atau Tourism Business District.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C menjelaskan tingkat kinerja lebih rendah namun tingkat harapan wisatawan juga rendah. Berdasarkan hal tersebut maka hal-hal yang termasuk dalam kuadran ini menjadi hal-hal yang tidak menjadi prioritas untuk segera diperbaiki dalam waktu dekat. Adapun atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah sebagai berikut.

- a. Keindahan dan keunikan daya tarik wisata yang ada di Kota Cirebon menarik perhatian saya (X1.2).
- b. Saya akan berkunjung kembali ke objek wisata yang ada di Kota Cirebon (X1.5).
- c. Saya akan merekomendasikan objek wisata yang ada di Kota Cirebon ke kerabat atau teman saya (X1.6).
- d. Terdapat papan penunjuk yang jelas di sepanjang jalan menuju lokasi wisata (X2.3).
- e. Waktu tempuh dari pusat kota menuju ke objek wisata cukup singkat (X2.4)
- f. Saya nyaman menggunakan fasilitas wisata yang disediakan (X3.4).
- g. Saya merasa puas dengan fasilitas wisata yang ada di Kota Cirebon (X3.6).
- h. Proses pelayanan khususnya di lembaga pelayanan wisata ini berjalan dengan baik dan tidak ada kendala yang berarti (X4.1).
- i. Petugas memiliki pengetahuan yang memadai dan menguasai informasi sehingga dapat memberikan informasi yang mudah dipahami (X4.2).
- j. Petugas dan masyarakat lokal ramah dan sopan kepada semua wisatawan (X4.4).
- k. Informasi mengenai daya tarik wisata di Kota Cirebon mudah diakses dan dipahami (X4.5).
- l. Saya merasa puas dengan pelayanan yang saya terima dari lembaga ini secara keseluruhan (X4.6).

Kondisi daya tarik wisata di Kota Cirebon mayoritas pada atraksi wisata kebudayaan dan sejarah, wisata belanja, wisata kuliner dan wisata rekreasi. Hanya terdapat satu wisata alam yakni Pantai Wisata Bahari Kejawanan. Hal tersebut dikarenakan kondisi topografi Kota Cirebon yang masuk ke dalam daerah pesisir. Adapun waktu tempuh yang digunakan untuk mengunjungi masing-masing Landmark tergolong singkat dari pusat kota. Akan tetapi, meskipun sudah ada Google Maps yang membantu menemukan rute perjalanan Pemerintah tetap melengkapi fasilitas berupa papan petunjuk lokasi di sepanjang jalan untuk memudahkan wisatawan.

Atribut yang berada dalam kuadran ini mayoritas pada atribut Lembaga Pelayanan (X4). Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara mendalam wisatawan puas dengan pelayanan yang ada. Dari keseluruhan rangkaian kegiatan wisata terutama pada wisata sejarah petugas ramah dan memiliki pengetahuan yang memadai ketika menjelaskan mengenai sejarah yang terjadi di Kota Cirebon. Selain petugas masyarakat lokal atau pedagang UMKM yang Peneliti kunjungi dan wawancara singkat sangat ramah pun sangat paham dengan sejarah Kota Cirebon.

Informasi mengenai objek wisata yang ada di Kota Cirebon dapat diakses dengan mudah di website resmi Pemerintah Kota Cirebon atau sosial media objek wisata tersebut. Selain pemerintah, saat ini masyarakat juga dengan mudah bisa membantu mempromosikan pariwisata Kota Cirebon dengan mengunggah dan memberikan review atas pengalamannya di sosial media atau memberikan penilaiannya pada laman Google Maps objek wisata untuk membantu wisatawan lain yang ingin berkunjung khususnya masyarakat luar Kota Cirebon.

4. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D menjelaskan tingkat kinerja tinggi dan tingkat harapan wisatawan rendah. Berdasarkan hal tersebut maka hal-hal yang termasuk dalam kuadran ini menjadi hal-hal tidak perlu diperbaiki. Adapun atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah sebagai berikut.

- a. Mayoritas objek wisata di Kota Cirebon memiliki daya tarik wisata budaya, sejarah, kuliner dan belanja sesuai dengan slogan wisata Kota Cirebon “The Gate of Secret” (X1.1).
- b. Keberadaan budaya lokal dan sejarah menambah daya tarik wisata di Kota ini (X1.3).

Kedua atribut ini masuk ke dalam Kuadran D dikarenakan semua wisatawan sangat setuju bahwa Kota Cirebon merupakan kota yang kaya akan objek wisata sejarah, budaya, kuliner dan belanja sehingga terbentuklah slogan pariwisata tersebut yang menjadi ciri khas. Namun meskipun begitu, tetap perlu dilakukan inovasi-inovasi pada objek wisata yang ada seperti mengadakan pameran, pertunjukan tari topeng, dan upacara adat lainnya dan menginformasikannya dengan massif agar wisatawan mengetahui event yang ada dan tertarik untuk berkunjung.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kota Cirebon merupakan *Central Business District* dengan fasilitas yang semakin lengkap setiap tahunnya. Pola distribusi spasial fasilitas wisata di Kota Cirebon memiliki pola mengelompok (*clustered*) yang berlokasi ditengah hingga ke utara wilayah. Jenis fasilitas wisata yang tersebar dan mengelompok adalah fasilitas primer (*Landmark* wisata), fasilitas sekunder (1. Akomodasi (Hotel, Penginapan, Villa, Wisma) 2. Kuliner (Restauran, Caffee), 3. Belanja (Mall, Pusat Perbelanjaan, Pusat Oleh-Oleh, Factory Outlet) dan fasilitas kondisional (Bank/ATM, Pom Bensin, Kantor Pos, Money Charger, Kantor Polisi, Terminal, Bandar Udara, Pelabuhan, Stasiun Kereta Api). Adanya kelengkapan fasilitas wisata tersebut membentuk daya tarik wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan analisis dan observasi lapangan ditemukan empat karakteristik Kawasan Bisnis Pariwisata yakni Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Budaya dan Sejarah, Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Kuliner, Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Belanja dan Kawasan Bisnis Pariwisata Bernuansa Rekreasi. Keempat Kawasan Bisnis Pariwisata tersebut terbentuk berdasarkan konsep Kawasan Bisnis pariwisata yang dikemukakan oleh Getz (1993) yakni integrasi antara *Core Attraction* (*Landmark* utama), *Central Business District Function* (konsentrasi kegiatan ekonomi) dan *Essential Services* (kelengkapan fasilitas). Keberadaan Kawasan Bisnis Pariwisata di Kota Cirebon tersebut memiliki nilai kepuasan yang berbeda yang dalam penelitian ini dinilai berdasarkan komponen pariwisata 4A yakni *Attraction* (Daya tarik), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenities* (Fasilitas), *Ancillary* (Lembaga pelayanan). Hasilnya 4 atribut berada pada Kuadran A, 7 atribut berada pada Kuadran B, 12 atribut berada pada Kuadran C dan 2 atribut berada pada Kuadran D dari total 25 atribut. Berdasarkan kuadran tersebut atribut yang berada di kuadran A menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan oleh Pemerintah atau stakeholder terkait karena tingkat kepentingan wisatawan lebih tinggi dibanding tingkat kinerja yang diberikan, alhasil wisatawan belum merasa puas dengan atribut tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena-Nya penelitian ini terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa kendala yang berarti. Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak baik keluarga peneliti, para dosen dan seluruh staff Prodi Geografi Universitas Negeri Semarang, pihak Disbudpar Kota Cirebon, partner diskusi yang telah membantu dan mendukung selama penelitian ini. Sesungguhnya penelitian ini tidak akan

terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan, kritik, saran dan masukan yang bersifat konstruktif yang membuat artikel ini menjadi lebih berkualitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Annisa, F. N., Koestoer, R. H., & Anggrahita, H. (2024). Spatial Pattern of Tourism Business District (TBD) In Bogor City. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1291(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1291/1/012003>
- Bai, X., Kremer, H., Nations, U., Programme, E., Lampis, A., & Mcevoy, D. (2015). Coastal Zones and Urbanization. *IhDp, June*.
- Cirebon, R. K. (2023a). *BAB II Kota Cirebon 2018 - 2023 Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Cirebon 2018 - 2023* (Vol. 20).
- Cirebon, R. K. (2023b). *BAB IV Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Cirebon 2018 - 2023* (Vol. 20).
- Dede, M., Asdak, C., & Setiawan, I. (2022). Spatial-ecological approach in cirebon's peri-urban regionalization. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1089(1), 8–13. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1089/1/012080>
- Dhamayanti, A. (2009). *Universitas Indonesia Pola Tourism Business District (TBD) Di Kota Solo*.
- Fanggidae, R. P. C., & R. Bere, M. L. (2020). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di Pantai Lasiana. *Jurnal Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas*, 4(1), 53–66. <https://doi.org/10.12962/j26151847.v4i1.6833>
- Hardati, P., Putro, S., & Artikel, I. (2017). *Sebaran Lokasi dan Karakteristik Modal Industri Kecil Rumah Tangga di Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang*. 6(1).
- Hendro, E. P. (2014). Perkembangan Morfologi Kota Cirebon Dari Masa Kerajaan Hingga Akhir Masa Kolonial. *Paramita*, 24(1), 17–30.
- Indriyani, A., & Kurniawan, E. (2022). Daya Dukung Wisata Agro Jollong 1 Desa Sitiluhur Kecamatan Gembong Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Geo Image*, 11(2), 76–81. <https://doi.org/10.15294/geoimage.v11i2.56993>
- Jayanti, T. B. (2017). Strategi Pengembangan Urban Heritage Tourism Kota Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Koridor*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.32734/koridor.v8i2.1347>
- Neng, I., & Yulia, A. (2013). *Penerapan Program Linear Untuk Pemanfaatan Lahan di Kawasan Pesisir Kota Cirebon*. 13(1), 1–16.
- Pemerintah, K. C. (2008). *Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 9 tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kota Cirebon Tahun 2005 – 2025*.
- Prisca Bicawasti Budi Sutanty, & Wiwik Dwi Pratiwi. (2022). Analisis Konsep Tourism Business District di Kawasan Cikini Jakarta. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 11(4), 188–197. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v11i4.17>
- PUSPITA, A. (2008). *Tourism Business District (Tbd) Di Dki Jakarta Bagian Utara*.
- Rahmat, C., & Putro, S. (2020). *Kajian Pengembangan Fasilitas Pariwisata Berdasarkan Prinsip Pembangunan Berkelanjutan di Kawasan Candi Gedongsongo Kabupaten Semarang*. 9(1), 14–21.
- Rudiana, D., & Hastuti Lestari Komarlina, D. (2023). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan*.
- Sahfitri, V. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pemanfaatan Facebook Commerce Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 19(1), 79–90.
- Vashanti. (2012). *Pola Keruangan Tourism Business District (TBD) Kota Yogyakarta dan Sekitarnya*.