



Analisis Pengalaman Wisatawan pada Ruang Publik Pariwisata di Batu Cave Malaysia

Ahmad Syukron Syahbana¹, Lady Khania Cahya R. S.², Laudza Ahmad Zaki³,
Maulana Hasan As'ariy⁴, Tri Wulan Setiawati⁵, Eva Azkiyatur Rifi'iyah⁶, Ridwan
Robbani⁷

¹⁻⁷ Program Studi Studi Lapangan II, Universitas Pancasila, Jakarta

Email: sukronahmad615@gmail.com¹, ladykhania@gmail.com², laudza1428@gmail.com³,
maulanahasan1921@gmail.com⁴, wulansetiawati2803@gmail.com⁵, evaazkiaa@gmail.com⁶,
ridorobbani05@gmail.com⁷

*Penulis Korespondensi: sukronahmad615@gmail.com¹

Abstract. *This study aims to analyze the influence of cleanliness, supporting facilities, and accessibility on tourists' experience and satisfaction in the tourism public space of Batu Caves, Malaysia. A quantitative method was employed, distributing questionnaires to 73 tourists. The research instrument used a Likert scale, which was validated and tested for reliability before being analyzed descriptively. The findings show that all three variables received high average scores ranging from 3.90 to 4.16, suggesting that tourists perceive the cleanliness, supporting facilities, and accessibility of Batu Caves to be in good condition. Cleanliness and accessibility received the highest evaluations, while supporting facilities were also considered adequate. These factors collectively contributed to high levels of tourist experience and satisfaction, which ranged from 4.04 to 4.15. The study concludes that the quality of public space plays a significant role in shaping tourist satisfaction. Proper management of cleanliness, amenities, and accessibility helps create a positive environment that enhances the overall tourist experience.*

Keywords: *Accessibility; Cleanliness; Supporting Facilities; Tourism Public Space; Tourist Experience.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebersihan, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan di ruang publik wisata Batu Caves, Malaysia. Metode kuantitatif digunakan dengan membagikan kuesioner kepada 73 wisatawan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel memperoleh skor rata-rata yang tinggi, yaitu antara 3,90 hingga 4,16, yang menunjukkan bahwa wisatawan memandang kebersihan, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas di Batu Caves dalam kondisi baik. Kebersihan dan aksesibilitas memperoleh evaluasi tertinggi, sementara fasilitas pendukung juga dianggap memadai. Ketiga faktor ini secara bersama-sama berkontribusi pada tingginya tingkat pengalaman dan kepuasan wisatawan, yang berkisar antara 4,04 hingga 4,15. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas ruang publik memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan wisatawan. Pengelolaan kebersihan, fasilitas, dan aksesibilitas yang baik membantu menciptakan lingkungan yang positif yang meningkatkan pengalaman wisatawan secara keseluruhan.

Kata kunci: Aksesibilitas; Fasilitas Pendukung; Kebersihan; Pengalaman Wisatawan; Ruang Publik Pariwisata.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sektor yang terus menunjukkan peran strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di berbagai negara, terutama negara berkembang yang menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber utama devisa dan penciptaan lapangan kerja (Zulfi & Asriati, 2024). Perkembangan pesat industri ini menuntut adanya pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana sebuah destinasi dirancang, dikelola, dan disajikan untuk memberikan pengalaman optimal bagi wisatawan. Salah satu elemen penting dalam keberhasilan destinasi adalah keberadaan ruang publik pariwisata yang tidak hanya menjadi

tempat aktivitas wisata, tetapi juga ruang interaksi antara wisatawan, masyarakat lokal, serta komponen fisik lingkungan destinasi (Atika & Poedjioetami, 2022). Kualitas ruang publik mulai dari fasilitas yang tersedia, kemudahan akses transportasi, hingga desain dan tata kelolanya memegang peranan penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan selama melakukan kunjungan.

Malaysia menjadi salah satu negara di Asia Tenggara yang menarik untuk dikaji karena keberhasilannya menata destinasi wisata dengan karakter urban, budaya, dan religi yang berpadu harmonis. Batu Cave sebagai salah satu ikon wisata Malaysia menawarkan ruang publik yang kompleks, di mana wisatawan dapat mengamati perpaduan antara aktivitas keagamaan, budaya lokal, keramaian wisata, serta fasilitas modern yang mendukung keberlanjutan destinasi (Kiew et al., 2023). Kondisi ini menjadikan Batu Cave sebagai lokasi yang relevan untuk dianalisis, terutama terkait bagaimana wisatawan merespons kualitas fasilitas, akses transportasi yang menghubungkan kawasan wisata dengan berbagai titik kota, desain ruang publik yang mendukung pergerakan wisatawan, serta bagaimana interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat multietnis terjadi di kawasan tersebut. Kompleksitas ini memberikan ruang bagi kajian empiris yang dapat menggambarkan hubungan antara elemen fisik dan sosial terhadap pengalaman wisatawan secara lebih mendalam.

Untuk memahami dinamika tersebut secara terukur, pendekatan kuantitatif digunakan sebagai landasan metodologis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik mengenai perilaku wisatawan, persepsi terhadap fasilitas dan aksesibilitas, kualitas ruang publik, serta berbagai bentuk interaksi sosial yang terjadi di destinasi. Melalui pengolahan statistik, hubungan antara variabel fisik seperti fasilitas, akses transportasi, dan desain ruang publik dapat dianalisis bersama variabel sosial seperti interaksi wisatawan–masyarakat lokal. Hasil analisis tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran objektif mengenai faktor-faktor yang membentuk pengalaman wisatawan di Batu Cave, sekaligus menilai sejauh mana elemen-elemen tersebut memengaruhi kenyamanan, kepuasan, dan persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi.

Penelitian ini berupaya memberikan kontribusi empiris dalam bidang kajian ruang publik pariwisata dengan menelaah secara sistematis bagaimana kondisi ruang publik dan karakteristik sosial destinasi memengaruhi pengalaman wisatawan. Selain itu, penelitian ini bertujuan menjelaskan persepsi wisatawan Batu Cave terhadap ruang publik (fasilitas, aksesibilitas, design) dan menilai pengaruh tingkat kepuasan pengunjung terhadap variabel-variabel fisik (fasilitas, aksesibilitas, design) terhadap pengalaman berwisata di destinasi Batu Cave. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis bagi

pengembangan literatur pariwisata, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam upaya peningkatan kualitas destinasi Batu Cave maupun destinasi serupa di kawasan lainnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Amenitas merupakan salah satu unsur penting dalam konsep 4A yang terdiri atas Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary Services. Pada teori ini, amenitas dipahami sebagai seluruh fasilitas yang disediakan destinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung. Amenitas mencakup fasilitas dasar seperti toilet, area parkir, tempat duduk, pusat informasi, tempat ibadah, toko souvenir, area istirahat, serta fasilitas pendukung lain seperti layanan kesehatan, keamanan, dan informasi yang memudahkan wisatawan. Keberadaan amenitas menjadi bagian yang sangat menentukan kenyamanan wisatawan karena fasilitas tersebut membantu mereka menjalani aktivitas wisata dengan lebih mudah dan aman.

Kebersihan merupakan salah satu indikator utama kualitas destinasi wisata yang sangat memengaruhi persepsi dan pengalaman wisatawan. Menurut teori Service Quality yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kebersihan termasuk dalam dimensi tangibles atau bukti fisik yang mencakup kondisi lingkungan, kerapian, serta kebersihan fasilitas yang digunakan wisatawan (Prasad & Verma, 2022). Pada destinasi pariwisata, kebersihan ruang publik, area fasilitas, jalur wisata, serta pengelolaan sampah menjadi komponen penting yang menunjukkan profesionalisme pengelola destinasi. Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kebersihan menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan daya tarik destinasi, karena wisatawan cenderung mengaitkan lingkungan yang bersih dengan kenyamanan, keamanan, dan kualitas pengalaman yang baik (Rahmawati & Hanif, 2025). Jika destinasi tidak mampu menjaga kebersihan, hal tersebut dapat menyebabkan ketidakpuasan wisatawan bahkan menurunkan niat untuk berkunjung kembali. Kebersihan bukan hanya aspek fisik, tetapi juga bagian dari citra destinasi yang berdampak langsung pada pengalaman wisatawan.

Atraksi wisata merupakan komponen utama dalam suatu destinasi karena menjadi alasan utama wisatawan melakukan kunjungan. Menurut Yoeti (2008), atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang mampu menarik minat wisatawan untuk datang dan menikmati suatu destinasi. Atraksi dapat berupa sumber daya alam, budaya, maupun hasil ciptaan manusia yang memberikan pengalaman khas bagi wisatawan. Menurut Spillane (1994), atraksi wisata diklasifikasikan menjadi atraksi alam (natural attraction), atraksi budaya (cultural attraction), dan atraksi buatan (man-made attraction). Dalam konteks Batu

Caves Malaysia, atraksi wisata merupakan kombinasi antara atraksi alam berupa gua batu kapur alami dan atraksi budaya-religi berupa kompleks kuil Hindu serta ritual keagamaan seperti perayaan Thaipusam. Kombinasi ini menjadikan Batu Caves memiliki daya tarik yang unik dan berkelanjutan bagi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Fasilitas pendukung merupakan komponen penting lain yang menentukan kenyamanan wisatawan ketika beraktivitas di destinasi. Menurut teori fasilitas wisata yang dijelaskan oleh Zhang et al., (2022), fasilitas pendukung mencakup segala bentuk sarana yang tidak menjadi daya tarik utama, tetapi sangat diperlukan wisatawan untuk menunjang kegiatan berwisata, seperti toilet, area istirahat, pusat informasi, tempat makan, signage, serta area parkir. Ketersediaan fasilitas yang memadai, bersih, dan mudah dijangkau menjadi indikator penting keberhasilan tata kelola destinasi karena fasilitas berfungsi mengurangi hambatan wisatawan dalam menikmati atraksi utama. Teori Tourism Product dari Middleton dalam Gusma et al., (2023) juga menegaskan bahwa fasilitas pendukung merupakan elemen dalam extended product destinasi yang, meskipun tidak inti, sangat memengaruhi kepuasan wisatawan. Penelitian empiris dalam pariwisata menunjukkan bahwa fasilitas pendukung yang lengkap dan berkualitas mampu meningkatkan kenyamanan wisatawan, memperpanjang durasi kunjungan, meningkatkan pengeluaran, dan memperbesar peluang kunjungan ulang (Zaelani & Rahman, 2025). Fasilitas pendukung menjadi salah satu variabel strategis yang harus diperhatikan oleh pengelola destinasi untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.

Aksesibilitas dan kemudahan akses merupakan faktor fundamental dalam teori pergerakan wisatawan dan pengembangan destinasi. Menurut konsep Accessibility dalam Tourism Area Life Cycle (TALC) oleh Butler (2024), kemudahan akses menjadi salah satu prasyarat berkembangnya suatu destinasi, karena wisatawan cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau dengan waktu perjalanan yang efisien, biaya transportasi yang terjangkau, serta sistem transportasi yang terintegrasi. Aksesibilitas mencakup kondisi jalan menuju destinasi, keberadaan transportasi publik, petunjuk arah yang jelas, serta kemudahan wisatawan berpindah dari satu titik ke titik lainnya di dalam kawasan wisata. Teori Leiper dalam Backer & Hing (2023) mengenai sistem pariwisata juga menempatkan aksesibilitas sebagai elemen struktural yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi, sehingga kualitas akses menjadi salah satu kunci keberhasilan destinasi. Semakin mudah wisatawan mencapai lokasi wisata, semakin tinggi pula persepsi kenyamanan dan efektivitas perjalanan yang dirasakan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak hanya memengaruhi jumlah kunjungan, tetapi juga kepuasan wisatawan karena perjalanan yang lancar dan mudah menurunkan stres

perjalanan dan meningkatkan kesiapan wisatawan menikmati atraksi yang tersedia (Maulana & Nursaidah, 2025).

Pengalaman dan kepuasan wisatawan merupakan elemen penting dalam kajian perilaku wisatawan dan pengelolaan destinasi. Menurut teori Customer Experience {Waqas et al., 2021), pengalaman wisatawan tercipta melalui rangkaian interaksi multisensorik yang mencakup aspek emosional, kognitif, dan fisik selama kunjungan. Pengalaman wisata juga dipengaruhi oleh elemen layanan, suasana destinasi, kualitas fasilitas, interaksi sosial, serta persepsi terhadap nilai yang diterima. Kepuasan wisatawan dijelaskan melalui teori Expectation–Performance (Oliver dalam Rahi et al., 2021) yang menyatakan bahwa wisatawan merasa puas apabila kinerja destinasi sesuai atau melebihi harapan mereka sebelum berkunjung. Faktor-faktor seperti kebersihan, fasilitas, dan aksesibilitas berkontribusi besar pada pembentukan persepsi tersebut. Ketika wisatawan merasa puas, hal ini akan berdampak positif pada niat untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain, memperkuat citra destinasi, serta meningkatkan keberlanjutan pengembangan pariwisata. Penelitian sebelumnya secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas lingkungan fisik, kemudahan akses, dan fasilitas pendukung berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan, yang kemudian turut memengaruhi pengalaman dan perilaku pascakunjungan (Yussabila & Sutarmin, 2025).

Jika dilihat dari perspektif Cooper dan Fletcher, kualitas sebuah atraksi tidak akan bermakna jika tidak didukung amenities yang memadai. Middleton juga menegaskan bahwa amenities termasuk dalam extended product, yang berarti bahwa meskipun tidak menjadi daya tarik inti, fasilitas pendukung sangat memengaruhi kepuasan wisatawan. Amenitas yang baik akan mengurangi hambatan wisatawan, memberikan rasa nyaman, serta meningkatkan pengalaman yang diperoleh. Sebaliknya, amenities yang tidak terawat dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan menurunkan citra destinasi. Pada destinasi yang memiliki jumlah kunjungan tinggi seperti Batu Caves, ketersediaan amenities yang lengkap, bersih, dan mudah dijangkau menjadi faktor penting yang mendukung kualitas ruang publik serta pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, amenities merupakan elemen dasar yang harus diperhatikan dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata.

3. METODE PENELITIAN

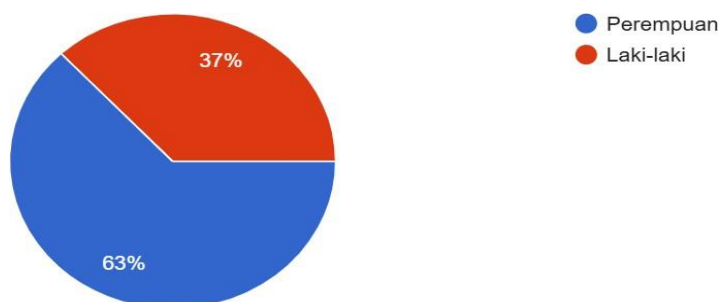
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kebersihan, fasilitas pendukung, serta aksesibilitas terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan di Batu Cave Malaysia. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menggambarkan kondisi variabel secara terukur dan memungkinkan analisis hubungan antarvariabel secara objektif. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang berada di kawasan Batu Cave, menggunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran utama. Instrumen kuesioner kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan setiap indikator mampu mengukur variabel yang dimaksud secara konsisten dan akurat.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan maupun parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan pengujian regresi, dilakukan serangkaian uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi syarat statistik dan menghasilkan estimasi yang tidak bias. Hasil analisis regresi kemudian digunakan untuk menilai kekuatan dan arah hubungan antara kebersihan, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas terhadap pengalaman dan kepuasan wisatawan. Temuan akhir penelitian disajikan secara deskriptif dan inferensial untuk memberikan gambaran empiris mengenai kualitas ruang publik pariwisata di Batu Cave serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi wisatawan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

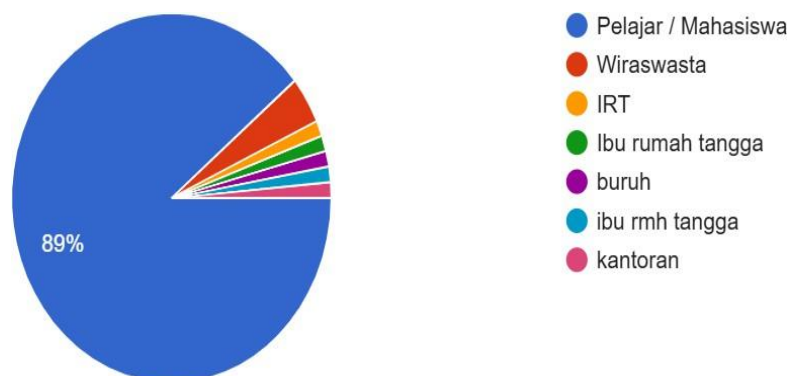
Analisis Deskriptif

Penelitian ini melibatkan 73 responden yang terdiri dari wisatawan yang berkunjung ke Batu Cave Malaysia. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, karakteristik responden diidentifikasi melalui tiga kategori utama, yaitu usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.



Gambar 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin Sumber: Olah Data Kuesioner oleh Peneliti (2025)

Pada kategori jenis kelamin, responden perempuan mendominasi sebesar 63%, sementara responden laki-laki berjumlah 37%. Komposisi ini memberikan gambaran bahwa wisatawan perempuan memiliki ketertarikan lebih besar terhadap kunjungan ke Batu Cave, khususnya sebagai destinasi wisata budaya dan religi yang populer. Perbedaan persentase ini juga menunjukkan kecenderungan bahwa perempuan lebih aktif dalam kegiatan wisata berbasis eksplorasi dan studi lapangan sesuai karakteristik sampel penelitian.



Gambar 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Sumber: Olah Data Kuesioner oleh Peneliti (2025)

Kategori pekerjaan menunjukkan bahwa responden sebagian besar merupakan pelajar atau mahasiswa, yaitu sebesar 89% dari total keseluruhan. Persentase yang sangat dominan ini sejalan dengan karakteristik sampel penelitian yang banyak melibatkan wisatawan muda yang sedang melakukan perjalanan edukatif. Selain itu, terdapat beberapa responden dengan latar belakang pekerjaan yang beragam seperti wiraswasta, ibu rumah tangga, buruh, hingga pekerja kantoran, meskipun masing-masing kategori tersebut hanya menyumbang persentase kecil, berkisar antara 1%–5% saja. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun Batu Cave dikunjungi oleh wisatawan lintas profesi, kelompok pelajar tetap menjadi mayoritas pengunjung pada periode pengambilan data.

Analisis Hasil Kuesioner

Narasi awal

Tabel 1. Analisis Hasil Kuesioner Variabel Kebersihan

Indikator		ST	TS	N	S	SS	Rata-rata
Area Batu Caves terasa bersih dan terawat (X1.1)	F	2	6	39	35	24	4.08
	%	0.1	0.5	36.7	33.0	22.6	
		8	6	9	1	4	
Kebersihan tangga berwarna menuju kuil utama terjaga dengan baik (X1.2)	F	1	7	26	47	25	4.02
	%	0.0	0.0	24.5	44.3	23.5	
		9	6	2	3	8	
Tempat pembuangan sampah tersedia dan mudah ditemukan (X1.3)	F	1	5	30	36	34	3.95
	%	0.0	0.0	28.3	33.9	32.0	
		9	4	0	6	7	
Kebersihan area sekitar kuil dan patung Murugan terjaga (X1.4)	F	4	4	22	44	32	4.09
	%	0.3	0.3	20.7	41.5	30.1	
		7	7	5	0	8	

Sumber: Data Primer (2025)

Hasil analisis data pada variabel kebersihan menunjukkan bahwa seluruh indikator memperoleh rata-rata di atas 3.90, yang mengindikasikan bahwa wisatawan memberikan penilaian positif terhadap kualitas kebersihan di Batu Caves. Indikator “Area terasa bersih dan terawat” (4.08) serta “Kebersihan area kuil dan patung Murugan terjaga” (4.09) menampilkan persepsi tertinggi, yang berarti bahwa aspek visual kebersihan menjadi faktor yang sangat mencolok bagi pengunjung. Persentase jawaban kategori setuju dan sangat setuju pada indikator-indikator tersebut juga dominan, menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa bahwa lingkungan fisik di Batu Caves dijaga dengan baik. Kondisi ini sejalan dengan teori *tourism destination quality*, di mana kebersihan merupakan komponen inti dari *tangible attributes* yang mampu memengaruhi pengalaman wisatawan secara langsung. Zeithaml, Parasuraman & Berry melalui model *SERVQUAL* juga menekankan bahwa kebersihan merupakan bagian dari dimensi *tangibles* yang memengaruhi persepsi kualitas layanan dan kepuasan secara keseluruhan. Jika kebersihan terjaga, maka rasa nyaman, aman, dan puas wisatawan meningkat, karena lingkungan fisik menjadi indikator pertama yang dilihat dan dinilai oleh wisatawan sebelum menikmati seluruh fasilitas lainnya. Data ini memperlihatkan bahwa pengelola Batu Caves telah berhasil mengelola aspek kebersihan sebagai salah satu kekuatan destinasi, sehingga pengalaman wisata yang terbentuk pun menjadi lebih menyenangkan dan layak direkomendasikan oleh wisatawan.

Tabel 2. Analisis Hasil Kuesioner Variabel Fasilitas Pendukung

Indikator		ST S	TS	N	S	SS	Rata- rata
Fasilitas toilet di Batu Caves bersih dan layak digunakan (X1.1)	F	0	1	8	48	16	3.93
	%	0	1.3 7	10.9 6	65.7 5	21.9 2	
Area parkir luas dan tertata dengan baik (X1.2)	F	0	0	10	51	12	4.05
	%	0	0	13.7 0	69.8 6	16.4 4	
Pusat informasi mudah Ditemukan dan membantu wisatawan (X1.3)	F	0	1	13	47	12	3.97
	%	0	1.3 7	17.8 1	64.3 8	16.4 4	
Tersedia cukup tempat duduk/area istirahat bagi pengunjung (X1.4)	F	0	1	6	51	15	3.90
	%	0	1.3 7	8.22	69.8 6	20.5 5	

Sumber: Data Primer (2025)

Variabel fasilitas pendukung juga menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi, yakni berkisar antara 3.90 hingga 4.05. Penilaian tertinggi terlihat pada indikator “*Area parkir luas dan tertata dengan baik*” (4.05), diikuti oleh fasilitas toilet (3.93) dan pusat informasi (3.97). Sebagian besar responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju, yang menunjukkan bahwa fasilitas yang tersedia cukup memadai untuk menunjang aktivitas wisata. Teori *Support Facilities in Tourism* menyatakan bahwa fasilitas pendukung menjadi unsur penting untuk menjamin kenyamanan wisatawan selama kunjungan, meskipun bukan merupakan daya tarik utama destinasi. Fasilitas seperti toilet, parkir, pusat informasi, dan tempat istirahat termasuk dalam kategori *complementary facilities* yang mendukung pengalaman keseluruhan wisatawan. Perspektif SERVQUAL juga relevan pada bagian ini, khususnya dimensi *responsiveness* dan *tangibles*, karena fasilitas pendukung memengaruhi kemudahan, kenyamanan, dan persepsi kualitas layanan yang diterima wisatawan. Ketika fasilitas pendukung disediakan secara memadai, wisatawan akan merasa diarahkan, dilayani, dan diperhatikan, sehingga meningkatkan kualitas kunjungan mereka. Hasil data menunjukkan bahwa Batu Caves telah menyediakan fasilitas yang cukup baik, meskipun beberapa aspek seperti toilet dan tempat duduk masih memiliki ruang peningkatan karena nilai rata-rata sedikit lebih rendah dibandingkan indikator lainnya. Secara keseluruhan, fasilitas pendukung yang baik berkontribusi besar terhadap evaluasi positif terhadap destinasi.

Tabel 3. Analisis Hasil Kuesioner Variabel Aksesibilitas

Indikator		ST S	TS	N	S	SS	Rata- rata
Akses menuju Batu Caves	F	0	14	46	10	3	4.10
mudah dijangkau dengan transportasi umum (X1.1)	%	0	19.1 8	63.0 1	13.7 0	4.1 1	
Jalur wisata di area Batu Caves	F	0	9	49	12	3	4.09
mudah dilalui oleh pengunjung (X1.2)	%	0	12.3 3	67.1 2	16.4 4	4.1 1	
Tersedia fasilitas yang membantu pengunjung dengan kebutuhan khusus (X1.3)	F	0	8	47	15	3	3.93
	%	0	10.9 6	64.3 8	20.5 5	4.1 1	
Petunjuk arah dan papan informasi jelas serta mudah dipahami (X1.4)	F	0	9	45	15	4	4.16
	%	0	12.3 3	61.6 4	20.5 5	5.4 8	

Sumber: Data Primer (2025)

Variabel aksesibilitas memperoleh rata-rata berkisar antara 3.93 hingga 4.16, yang menunjukkan bahwa wisatawan menilai Batu Caves sebagai destinasi yang mudah dijangkau dan mudah dieksplorasi. Indikator dengan skor tertinggi adalah “*Petunjuk arah dan papan informasi jelas serta mudah dipahami*” (4.16), yang menegaskan bahwa informasi visual di lokasi telah membantu wisatawan dalam mencapai dan menikmati area wisata tanpa hambatan berarti. Kemudahan akses transportasi umum (4.10) dan jalur wisata yang mudah dilalui (4.09) juga menjadi poin penting yang banyak disetujui oleh responden. Teori *accessibility in tourism* menjelaskan bahwa aksesibilitas merupakan salah satu komponen fundamental dari *tourism system*, karena keterjangkauan dan kemudahan bergerak di dalam destinasi menjadi faktor krusial bagi kenyamanan wisatawan. Menurut Gunn (1994), aksesibilitas adalah elemen pertama yang membentuk pengalaman wisata, jauh sebelum wisatawan menikmati atraksi utama. Data ini memperlihatkan bahwa Batu Caves telah didukung oleh sistem transportasi, jalur kunjungan, serta papan informasi yang memadai. Hal ini mencerminkan pentingnya adanya *wayfinding system* yang baik, karena pengunjung merasa diarahkan secara efektif dan tidak mengalami kebingungan. Kemudahan tersebut juga berdampak pada kepuasan wisatawan, sebab destinasi yang mudah dijangkau dan mudah dinavigasi menciptakan persepsi bahwa tempat tersebut terorganisir dan ramah.

Tabel 4. Analisis Hasil Kuesioner Variabel Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan

Indikator		ST S	TS	N	S	SS	Rata- rata
Saya merasa nyaman dan aman selama berada di Batu Caves (X1.1)	F %	3 4.1 1	15 20.5 5	37 50.6 8	16 21.9 2	2 2.7 4	4.10
Aktivitas wisata yang tersedia memberikan pengalaman yang menyenangkan (X1.2)	F %	0 0	10 13.7 0	45 61.6 4	15 20.5 5	3 4.1 1	4.09
Fasilitas di Batu Caves sesuai dengan harga dan usaha yang dikeluarkan untuk berkunjung (X1.3)	F %	0 0	12 16.4 4	44 60.2 7	14 19.1 8	3 4.1 1	4.04
Secara keseluruhan, saya puas dengan kunjungan saya ke Batu Caves (X1.4)	F %	0 0	11 15.0 7	45 61.6 4	14 19.1 8	3 4.1 1	4.15

Sumber: Data Primer (2025)

Pada variabel pengalaman dan kepuasan wisatawan, nilai rata-rata berkisar antara 4.04 hingga 4.15, yang menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari para pengunjung. Indikator “Secara keseluruhan, saya puas dengan kunjungan saya ke Batu Caves” memperoleh rata-rata 4.15, menunjukkan bahwa destinasi ini mampu memberikan pengalaman yang positif. Wisatawan merasa aman, nyaman, dan menikmati aktivitas wisata yang disediakan, tercermin dari nilai 4.10 dan 4.09 pada indikator kenyamanan serta keasyikan aktivitas wisata. Teori tourist experience terutama yang dikembangkan oleh Pine & Gilmore (1998) dalam Experience Economy, menjelaskan bahwa pengalaman wisata tidak hanya dipengaruhi oleh atraksi fisik, tetapi juga interaksi, emosi, suasana, dan layanan pendukung. Data penelitian ini menunjukkan bahwa Batu Caves berhasil memenuhi elemen-elemen pengalaman tersebut. Keselarasan antara kebersihan, fasilitas, dan aksesibilitas turut memperkuat pengalaman positif, karena kualitas layanan yang baik secara menyeluruh menciptakan memorable tourism experience. Kepuasan yang tinggi juga sejalan dengan konsep expectancy-disconfirmation theory, di mana kepuasan tercapai ketika kinerja destinasi melebihi ekspektasi wisatawan. Nilai rata-rata yang tinggi membuktikan bahwa pengalaman yang diberikan Batu Caves mampu memenuhi bahkan melebihi harapan wisatawan, sehingga memberikan dampak terhadap keinginan untuk berkunjung kembali serta potensi rekomendasi positif kepada wisatawan lain.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebersihan, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman dan kepuasan wisatawan di Batu Caves Malaysia. Ketiga variabel tersebut memperoleh nilai rata-rata di atas 3.90, yang menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dengan fasilitas ruang public di Batu Caves. Aspek kebersihan menjadi salah satu unsur yang paling berpengaruh karena wisatawan merasa bahwa area wisata terawat, jalur wisata bersih, dan lingkungan sekitar kuil maupun patung Murugan tampil dalam kondisi yang layak dan menyenangkan. Kebersihan yang baik memperkuat persepsi wisatawan terhadap kualitas destinasi secara keseluruhan.

Fasilitas pendukung atau amenitas juga memberikan pengaruh signifikan karena keberadaannya membantu wisatawan dalam menjalani aktivitas wisata tanpa hambatan. Toilet yang layak, pusat informasi yang mudah diakses, area duduk yang memadai, serta parkir yang tertata menunjukkan kesiapan destinasi dalam memberikan layanan terbaik. Aksesibilitas yang dinilai baik semakin memperkuat kenyamanan wisatawan, karena Batu Caves mudah dijangkau melalui transportasi umum, memiliki jalur wisata yang mudah dilalui, serta dilengkapi papan petunjuk yang jelas. Ketiga faktor ini berkontribusi terhadap terciptanya pengalaman wisata yang positif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas ruang publik pariwisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Ketika kebersihan, amenitas, dan aksesibilitas dikelola dengan baik, wisatawan cenderung lebih puas dan memperoleh pengalaman yang sesuai dengan harapan. Temuan ini selaras dengan teori Expectation-Confirmation yang menyatakan bahwa kepuasan tercapai ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi wisatawan. Batu Caves terbukti mampu memenuhi harapan tersebut melalui pengelolaan ruang publik yang baik dan layanan pendukung yang memadai.

DAFTAR REFERENSI

- Atika, F. A., & Poedjioetami, E. (2022). Creative placemaking pada ruang terbuka publik wisata bangunan cagar budaya, untuk memperkuat karakter dan identitas tempat. *Pawon: Jurnal Arsitektur*, 6(1), 133-148.
- Backer, E., & Hing, N. (2023). Whole tourism systems: an academic portrait of Neil Leiper. In *Early Framers of Tourism Knowledge, Volume III* (pp. 121-126). Routledge.
- Butler, R. (2024). 23 Final Thoughts: Revisions and Modifications to the TALC Model. *The Tourism Area Life Cycle: Review, Relevance and Revision*, 100.

- Darmayasa, D., Judijanto, L., Mulya, R. A. S., Saputri, D. R., Djabbar, A., Renold, R., ... & Muchlis, N. F. F. (2025). *Interpretasi Daya Tarik Wisata*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Gusma, E. M., Julianti, Y., Asmaniati, F., & Rahmanita, M. (2023, December). The Development Guidelines for Tourism in The Musi River Palembang With The Concept of Highlight Attraction. In *4th International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (TGDIC 2023)* (pp. 372-379). Atlantis Press.
- Irwanti, N. K. D., & Mahadewi, N. M. E. (2025). *Destinasi Wisata Ergonomis Kualitas Identitas Pariwisata Unggul*. Deepublish.
- Kiew, R., Nuratiqah, A. R., & Zubaid, A. (2023). Malaysian Cave and Karst Conservancy Batu Caves Scientific Expedition 2019. *Malayan Nature Journal*, 75(1).
- Maulana, M. S. I., & Nursaidah, N. (2025). Pengaruh Aksesibilitas, Pengalaman Wisata dan Kepuasan Wisatawan terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Wisata Gunung Rante Banyuwangi. *Jurnal Simki Economic*, 8(2), 350-363.
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737.
- Prasad, R. K., & Verma, S. (2022). Service quality measures: systematic literature review and future research directions. *International Journal of Management Practice*, 15(1), 9-23.
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alharafsheh, M., & Alghizzawi, M. (2021). The post-adoption behavior of internet banking users through the eyes of self-determination theory and expectation confirmation model. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1874-1892.
- Rahmawati, A., & Hanif, A. (2025). Fasilitas dan Pelayanan Prima: Meningkatkan Minat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali Ke Pantai Watulawang, Kabupaten Gunungkidul: Facilities and Excellent Service: Enhancing Tourists' Interest To Return To Watulawang Beach, Gunungkidul Regency. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(1), 46-56.
- Waqas, M., Hamzah, Z. L. B., & Salleh, N. A. M. (2021). Customer experience: a systematic literature review and consumer culture theory-based conceptualisation. *Management Review Quarterly*, 71(1), 135-176.
- Yussabila, G. Z., & Sutarmin, S. (2025). Pengaruh Fasilitas dan Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan: Studi pada Kabupaten Brebes. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 4(2), 259-263.
- Zaelani, T. A., & Rahman, T. A. (2025). Strategi Pengembangan Objek Wisata Batu Lawang Cirebon Dalam Upaya Meningkatkan Wisatawan Berkunjung. *Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 3(1), 1-16.
- Zhang, L., Wu, C., & Hao, Y. (2022). Effect of the development level of facilities for forest tourism on tourists' willingness to visit urban forest parks. *Forests*, 13(7), 1005.

Zulfi, S. N. A., & Asriati, N. (2024). Kontribusi Pariwisata Terhadap Pendapatan Nasional Dalam Mewujudkan Ekonomi Berkelanjutan. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 703-710.