

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal akan keindahan alamnya. Kekayaan budayanya merupakan komponen penting dalam pariwisata. Sektor pariwisata sangat potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu pendapatan daerah, karena pada pandangan masyarakat pariwisata sekarang bukan lagi menjadi suatu hal yang asing dan tabu. Kini pariwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang dapat dilakukan oleh masyarakat di semua kalangan yang memiliki kebutuhan dan keinginan untuk bepergian atau berekreasi ke suatu daerah tujuan wisata guna meningkatkan kualitas hidupnya.

Keberadaan industri pariwisata sebagai bagian dari sektor ekonomi merupakan industri yang sangat menjanjikan dalam menghadapi persaingan industri pada saat ini, berbagai daerah lain terus mengembangkan potensi wisata yang ada untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke daerah itu. Pariwisata sekarang sudah menjelma menjadi industri yang disebut industri pariwisata yang dapat menghasilkan produk - produk wisata yang dapat dipasarkan.

Untuk meningkatkan pariwisata, diperlukan suatu penanganan khusus dan juga diperlukan manajemen yang baik dalam mengelolanya. Investasi di

bidang pariwisata akan sangat menjanjikan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara maupun daerah. Langkah yang dilakukan oleh berbagai daerah tidak akan menuju sasaran apabila tidak di dukung oleh sistem pemasaran yang baik (Junaida, 2019).

Banyumas adalah kabupaten yang terletak di sebelah barat daya dan merupakan bagian dari Propinsi Jawa Tengah. Luas wilayahnya lebih kurang 1.327,60 km atau 132.759,56 ha. Peta wilayah terdiri dari daratan, pegunungan dan struktur pegunungan terdiri dari sebagian lembah serayu untuk tanah pertanian, sebagian dataran tinggi untuk pekarangan dan pemukiman dan sebagian pegunungan untuk perkebunan dan hutan tropis terletak di lereng Gunung Slamet sebelah selatan (www.kompasiana.com).

Objek wisata yang menawarkan taman bermain air sebenarnya cukup banyak di wilayah Kabupaten Banyumas. Salah satunya Dreamland Park di Desa Pancasan, Kecamatan Ajibarang. Lokasinya sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di jalan raya Ajibarang-Wangon, jalur penghubung Banyumas dan Cilacap. Konon objek wisata ini berdiri di atas lahan bekas pabrik tapioka peninggalan Belanda terdahulu yang sudah terbengkalai. Destinasi wisata di wilayah barat Kota Mendoan ini menjadi tujuan wisatawan untuk mengisi hari libur. Terutama yang datang dari arah utara seperti Kabupaten Tegal dan juga Cilacap. Tak heran jika Dreamland Park selalu ramai saat musim liburan. Di sebelah selatan, pengunjung juga bisa menaiki perahu kura-kura yang disediakan

di area kolam. Ada pula taman reptil dan satwa yang mengoleksi berbagai jenis seperti hewan melata seperti buaya muara, aligator, iguana, ular python, sanca dan masih banyak lagi jenis ular yang lainnya termasuk king kobra dan ular derik yang merupakan ular yang sangat berbisa dan mematikan. Ada pula bermacam jenis unggas dan juga zona aquarium yang didalamnya terdapat berbagai jenis ikan mulai dari yang terkecil sampai yang terbesar seperti Ikan Arapaima yang merupakan jenis ikan air tawar terbesar didunia (www.suarabanyumas.com)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tertentu. Menurut Asikin, dkk (2019) keputusan berkunjung merupakan salah satu keputusan yang dapat ditentukan konsumen yang berbentuk sebuah keputusan pembelian atau produk dari pariwisata.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan wisatawan berkunjung adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat dibutuhkan karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan ramah dari pengelola atau karyawan di *Dream Land Water Park* Ajibarang akan membuat nyaman pengunjung sehingga para pengunjung pun merasa senang saat dilokasi. Kualitas pelayanan memiliki peranan sangat penting dalam pengambilan keputusan oleh konsumen. Apabila pelayanan yang di berikan baik maka konsumen akan tertarik dan minat untuk mengunjungi akan semakin besar, namun apabila kualitas pelayanan yang di

berikan buruk maka tingkat keputusan untuk mengunjungi akan semakin kecil (Asikin dkk, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Asikin dkk, (2019), Ramadhan (2016), S Yunus dkk (2019), Saputra dan Ambiyar (2019), Sudiarta dan Yuesti (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan pada penelitian Sudarwati dkk (2017) menyatakan bahwa pelayanan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selain itu, dalam mengenalkan suatu objek wisata diperlukan suatu media yang dapat memberikan informasi lebih terkait objek wisata tersebut. *Word of mouth* merupakan salah satu strategi pemasaran untuk membuat pelanggan membicarakan (*to talk*), mempromosikan (*to promote*), dan menjual (*to sell*) kepada pelanggan lain. Tujuan akhirnya adalah seorang konsumen tidak hanya sekedar membicarakan atau pun mempromosikan tetapi mampu menjual secara tidak langsung kepada konsumen lainnya. *To talk* maksudnya ialah ketika konsumen menceritakan kembali produk perusahaan kepada rekan atau calon konsumen lainnya. *To promote* adalah saat konsumen membujuk dan mempromosikan produk kepada kerabat atau calon konsumen baru.

Sedangkan *to sell* adalah ketika seorang konsumen berhasil mengubah (*transform*) konsumen lain yang tidak percaya serta memiliki persepsi negatif dan tidak mau mencoba sebuah produk menjadi percaya, berpersepsi positif dan

akhirnya mau mencoba (Mayasari dan Budiarmo, 2017). Pengaruh dari orang yang sudah berkunjung ke *Dream Land Water Park* Ajibarang juga bisa mempengaruhi keputusan kunjungan wisata, dikarenakan orang tersebut menceritakan pengalamannya saat berkunjung ke *Dream Land Water Park* Ajibarang yang bisa mengubah *mindset* orang yang mendengarnya. Terutama bagi orang yang belum pernah berkunjung ke *Dream Land Water Park* Ajibarang, akan membuat rasa penasaran mereka akan semakin tinggi terhadap tempat wisata ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Mayasari dan Budiarmo (2017), Anggono dan Sunarti (2018), Junaida (2019), Karini dan Nurani (2019), Huda dkk (2019), Verinita dan Indrianti (2019) menyatakan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) menyatakan bahwa *word of mouth* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya terdapat fasilitas yang juga mempengaruhi keputusan berkunjung wisata. Ini menjadi bagian yang sangat penting bagi suatu objek wisata seperti *Dream Land Water Park* Ajibarang. Karena dengan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai diharapkan bisa membuat betah para pengunjung dan juga meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Menurut Bismark (2010) dalam Syahrul dan Saputra (2018) kelengkapan fasilitas menjadi salah satu instrument yang diamati dan dipertimbangkan ketika akan

mengunjungi objek wisata. Didalam pemilihan sebuah objek wisata tentu harus memiliki kelengkapan dari berbagai fasilitas yang meliputi lokasi yang dianggap strategis atau mudah ditemukan, lokasi wisata memiliki kelengkapan didalam pemenuhan saran transportasi dan komunikasi, lokasi wisata dekat dengan daerah pemasaran dan memiliki sistem dan metode pemasaran yang jitu.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahrul dan Saputra (2018), Sirait dan Puddin (2017) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dkk (2019) menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asikin dkk (2019) mengambil variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung. Dalam penelitian ditambahkan variabel fasilitas dari Syahrul dan Saputra (2018). Peneliti memilih variabel fasilitas karena dinilai paling cocok sebagai acuan wisatawan dalam melakukan keputusan berkunjung pada suatu objek wisata.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penggunaan objek dan variabel penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan variabel kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas maka judul penelitian yang akan diusung oleh peneliti adalah “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *WORD OF MOUTH* (WOM), DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Studi pada Pengunjung Objek Wisata *Dream Land Water Park Ajibarang*)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung ?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung ?
4. Apakah fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terfokuskan pada tujuan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Variabel yang diteliti dibatasi pada variabel bebas kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan fasilitas sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan berkunjung.
2. Penelitian dilakukan pada pengunjung yang sudah melakukan kunjungan wisata di objek wisata *Dream Land Water Park* Ajibarang.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kunjungan wisata khususnya untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Dreamland Waterpark Ajibarang
2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung
3. Untuk menganalisis apakah *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung
4. Untuk menganalisis apakah fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung

E. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian yang dilakukan pada objek wisata *Dream Land Water Park* Ajibarang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Objek Wisata *Dream Land Water Park* Ajibarang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi objek wisata *Dream land water park* Ajibarang agar bisa lebih mengembangkan serta meningkatkan khususnya dalam hal fasilitas dan kualitas pelayanan, supaya wisatawan yang telah berkunjung memberikan kesan positif dan merekomendasikan ke orang lain atau *word of mouth* sehingga tempat ini semakin banyak dikunjungi oleh wisatawan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan untuk penelitian yang lebih lanjut guna menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh fasilitas, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di objek wisata *Dream Land Water Park* Ajibarang serta dampaknya terhadap upaya menarik minat berkunjung baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara.

3. Bagi Pengunjung

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat kepada pengunjung, serta dapat dijadikan pertimbangan sebelum melakukan kunjungan wisata di Objek Wisata *Dream Land Water Park* Ajibarang.

4. Bagi Peneliti

Sebagai bentuk usaha untuk menerapkan secara langsung atas teori-teori yang diperoleh pada saat kuliah dan dapat dijadikan sebagai media untuk menambah pengetahuan serta wawasan mengenai hal – hal yang berkaitan

dengan manajemen pemasaran dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen.

