

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Menurut Endarwita (2020), Sektor pariwisata merupakan suatu industri yang dapat mendorong dalam mempercepat serta membangun perekonomian suatu daerah. Hal ini dapat memberikan keuntungan dan lapangan pekerjaan bagi setiap orang. Banyak orang yang mengatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan atau rekreasi ke suatu tempat yang dapat memberikan momen terindah. Dengan demikian perlu adanya pengembangan dan pemanfaatan fasilitas serta kekayaan alam pada tempat wisatanya, karena dapat memberikan manfaat bagi para pengunjungnya dan pengembangan yang dilakukan akan memberikan hasil yang pesat dibandingkan dengan sektor ekonomi yang lain. Pariwisata salah satu jenis industri yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi. Hal ini terbukti adanya penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor produktif lainnya, Bellani & Siswhara, dalam Hardina (2021)

Perkembangan pariwisata di Indonesia sekarang ini semakin pesat. Perkembangan sektor pariwisata begitu menjanjikan dan memberikan manfaat kepada banyak pihak mulai dari pemerintah, masyarakat, maupun swasta. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan untuk terus dikembangkan (merdeka.com,2021). Namun, mengalami penurunan wisatawan pada tahun 2019 hingga 2020, hal ini

disebabkan adanya virus COVID19. Setelah kurang lebih 2 tahun mengalami *locdown* akibat COVID19, kemudian pada saat selesai COVID19 pada tahun ini banyak wisatawan yang berlibur untuk menghilangkan rasa jenuhnya ke suatu tempat yang indah. Salah satunya adalah sektor pariwisata di Jawa Tengah Kabupaten Purbalingga. Purbalingga adalah kabupaten yang memiliki banyak tempat wisata yang bermacam-macam, karena lokasinya yang dekat dengan alam pegunungan dan juga setiap tempat wisata memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik. Ada beberapa jenis wisata yang terdapat di Purbalingga salah satunya adalah Desa Wisata Lembah Asri Serang, kecamatan Karangreja. Desa wisata ini menjadi salah satu tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan ketika berkunjung ke Purbalingga. Lokasinya yang berada di lereng gunung Slamet menjadikan suasana di desa tersebut masih sangat asri, sehingga wisatawan dapat menikmati udara yang sejuk.

Objek wisata Lembah Asri Serang sudah buka sejak tahun 2010 hingga saat ini masih terus berkembang. Objek wisata ini sudah berdiri cukup lama dan sampai saat ini masih menjadi objek wisata favorit para wisatawan. Destinasi wisata ini mengusung konsep agrowisata dengan beberapa spot dan wahana. Misalnya, D'las (Dino Land), taman bunga, kebun strawberry, taman kelinci, flaying fox, kolam renang, penginapan, ATV Bike, playground, taman sayuran, taman salju, off road, berkuda dan hutan pinus (travelingyuk.com, 2019).

Berikut adalah data wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2017-2021 :

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Di Kabupaten Purbalingga

No.	Tahun				
	2017	2018	2019	2020	2021
Nusantara	1.704.097	3.798.280	3.293.249	496.932	1.061.332
Mancanegara	128	731	354	40	-
Total	1.704.225	3.799.011	3.293.603	496.972	1.061.332

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata
Provinsi Jawa Tengah, 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 hingga 2018 data kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yang pesat pada tahun 2018 yaitu sebanyak 3.799.011 kunjungan wisatawan. Namun pada tahun terakhir yaitu tahun 2019 hingga 2020 data wisatawan mengalami penurunan, hal tersebut dikarenakan pada tahun itu sedang mengalami peristiwa pandemik COVID19 yang berdampak pada seluruh perekonomian di Indonesia. Penurunan kunjungan wisatawan yang sangat berdampak adalah pada tahun 2020 yaitu sebanyak 2.796.631 dari data tahun 2019. Setelah pandemik COVID19 telah selesai pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang cukup pesat dibandingkan pada tahun 2020, yaitu sebanyak 1.061.332 kunjungan wisatawan. Ada beberapa jenis obyek wisata di Kabupaten Purbalingga yang menjadi daya Tarik wisatawan yaitu : Owabong, Desa Wisata Serang, Sanggaluri Park, TWP. Purbasari Pancuran Mas, Flower Garden, Gowa Lawa dan aneka objek wisata lainnya.

Berikut adalah data kunjungan wisatawan pada objek wisata di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2018-2020, sebagai berikut :

Tabel 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Purbalingga

No.	Nama	2018	2019	2020	2021	TOTAL
1.	Owabong	1.168.962	1.125.791	176.468	289.852	2.761.073
2.	Desa Wisata Serang	606.089	407.650	75.150	217.744	1.306.633
3.	Sanggaluri Park	325.659	236.404	48.405	33.272	643.740
4.	TWP. Purbasari Pancuran Mas	410.915	242.476	41.796	77.717	772.904
5.	Flower Garden	505.112	140.814	6.212	-	652.138
6.	Gua Lawa	73.789	215.910	34.664	75.677	400.040
7.	Rast Area Berkah Mulia/Chengho	-	394.175	34.036	69.344	497.555
8.	Taman Usman Janatin	153.070	35.356	2.107	451	190.984
9.	Kolam Renang Tirtoasri Walik	120.736	53.845	5.010	17.691	197.282
10.	Desa Wisata Karangcegak	105.294	73.182	14.618	68.155	261.249
TOTAL		3.469.626	2.925.603	438.466	849.903	7.683.598

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah,

2021

Berdasarkan data tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah wisata yang terbanyak adalah owabong. Sudah tidak diragukan lagi bahwa owabong adalah obyek wisata yang paling banyak diminati oleh wisatawan, karena harganya yang bersahabat juga banyak wahana yang menjadi daya tarik tersendiri. Kemudian yang kedua adalah Obyek Wisata Desa Wisata Serang dengan jumlah wisatawan sebanyak 1.306.633, wisata ini terkenal karena

lokasinya yang berada di pegunungan dan masih sangat asri sehingga banyak wisatawan yang ingin berlibur ke tempat wisata tersebut. Namun pada tahun 2019 dan 2020 mengalami penurunan wisatawan yaitu sebanyak 332.500 wisatawan.

Untuk menuju tempat wisata tersebut dibutuhkan waktu sekitar 45 menit dari pusat kota Purbalingga yang dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan pribadi seperti motor dan mobil. Lokasinya yang berada dipegunungan menjadikan kendaraan umum tidak dapat menuju ke lokasi karena medan perjalanan yang naik turun sehingga tidak ada akses bagi kendaraan umum seperti angkutan kota. Berdasarkan data buku saku yang diterbitkan oleh Dinas Pemuda, Olahaga dan Pariwisata (DISPORPAR) Jawa Tengah menunjukkan data bahwa Desa Wisata Serang mendapatkan posisi 10 besar DTW (Daya Tarik Wisata). Desa Wisata Serang mendapatkan peringkat ke 10 dari top 10 wisata nusantara di Jawa Tengah dengan kunjungan wisatawan sebanyak 318.358 (DISPORPAR, 2021).

Kunjungan wisatawan dapat mempengaruhi pendapatan suatu objek wisata. Perusahaan harus bisa melakukan target bagaimana konsumen dalam mengambil keputusan untuk berkunjung ke tempat wisata. Desa Wisata Serang berada di posisi ke 2 dari 10 destinasi wisata di Kabupaten Purbalingga dengan kunjungan sebanyak 318.358 wisatawan dari jumlah total kunjungan ke Purbalingga 1.387.912 wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata tergolong

tinggi, pihak pengelola terus berupaya mengembangkan potensi yang ada dan memperhatikan standar CHSE yaitu, *Cleanliness* (kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (keamanan), *Environment* (ramah lingkungan), hal ini untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung.

Keputusan berkunjung wisatawan samadengan konsep teori keputusan pembelian konsumen, dimana wisatawan atau konsumen menentukan pilihan-pilihan terhadap produk atau jasa yang disediakan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi atau membeli sebuah produk, Rokhayah (2021). Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Rokhayah (2021) menyebutkan bahwa keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap produk untuk menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli. Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan berkunjung adalah suatu proses perencanann yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan perjalanan ke suatu tempat wisata. Adapun manfaat yang diperoleh perusahaan dari keputusan berkunjung antara lain, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar Desa Wisata Lembah Asri Serang. Faktor tersebut diantaranya yaitu, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata Dan Promosi, faktor tersebut dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan.

Dalam penelitian ini, faktor pertama yang mempengaruhi Keputusan Berkunjung adalah Kualitas Pelayanan. Berkembangnya tempat wisata

Lembah Asri Serang maka akan semakin banyak konsumen yang akan berkunjung. Tempatnya yang asri menjadikan banyak wisatawan yang memiliki rencana untuk berlibur. Selain tempatnya yang semakin berkembang Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh pihak *resot* juga semakin maksimal. Menurut Amelia (2021) menyatakan bahwa kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen memenuhi harapan mereka maka untuk selanjutnya mereka akan berkunjung kembali ke obyek desa wisata Lembah Asri Serang. Kualitas pelayanan yang baik maka akan menambahkan nilai yang maksimal untuk para karyawan yang bekerja. Hal ini tentu merupakan bagian dari strategi pemasaran untuk dapat menarik pengunjung agar mereka berlibur ke desa wisata Lembah Asri Serang, semakin baik pelayanan maka para pengunjung juga secara tidak langsung akan mempromosikan obyek wisata tersebut ke masyarakat sekitar.

Dalam pelaksana aktivitasnya, desa wisata Lembah Asri Serang memperhatikan Kualitas Pelayanan dalam memberikan sarana dan prasarana yang memadai, seperti lingkungan yang bersih, kemudahan dalam

membeli tiket, setiap wahana yang tentunya ada keamanan untuk para pengunjungnya, adanya tempat penyediaan informasi melalui media speaker yang terpasang disetiap tempat dan karyawan yang memiliki sikap sopan santun yang baik. Kualitas pelayanan yang diberikan secara lengkap menjadi daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ke Desa Wisata Lembah Asri Serang. Berdasarkan penelitian dari Putri, dkk. (2020), Gultom, dkk. (2021), Endarwira, dkk. (2020), Baharata, dkk. (2019), Runtang, dkk. (2022), Ftimah, dkk. (2022), Kurniawan, dkk. (2022), Fauzi, dkk. (2020), dan maliki, dkk. (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Namun menurut penelitian dari Gultom, dkk. (2021), menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Hal tersebut melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung yang memiliki peranan penting dalam melakukann suatu pelayanan terhadap konsumen disetiap tempat wisatanya.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah fasilitas. Dalam tempat wisata sudah tidak asing lagi dengan adanya fasilitas. Fasilitas yang memadai akan menjadi daya Tarik bagi wisatawan yang berkunjung. Fasilitas merupakan kegiatan yang berfungsi untuk melengkapi suatu kebutuhan perlengkapan yang diperlukan dalam suatu wisata. Dengan adanya fasilitas yang lengkap maka akan memberikan kepuasan tersendiri oleh konsumen yang berkunjung. Menurut Wiratini,

dkk. (2018), fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada adalah kondisi fasilitas, desain interior, dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan secara langsung oleh konsumen. Apabila fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen maka akan menimbulkan rasa puas bagi mereka yang berkunjung. Fasilitas yang tersedia di tempat wisata Lembah Asri Serang cukup lengkap yaitu mulai dari, area parking yang cukup luas, kamar mandi umum, mushola, kios souvenir, kuliner, café, wifi area, spot foto, dan sebagainya. Berdasarkan penelitian dari Gultom, dkk. (2021), Rahmadayanti, dkk. (2020), Salsa, dkk. (2021), Rokhayah, dkk. (2021), Wulandari, dkk. (2021), dan Leyyda, dkk. (2022) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, namun berdasarkan penelitian dari Rokhayah, dkk. (2021) menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung. Perbedaan penelitian ini yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian fasilitas terhadap keputusan berkunjung. Faktanya bahwa setiap wisata harus mempunyai fasilitas yang lengkap untuk memberikan kepuasan konsumen.

Faktor ketiga yang mempengaruhi dalam keputusan berkunjung adalah Daya Tarik Wisata. Daya Tarik Wisata menjadi salah satu penentu

keberhasilan destinasi wisata, karena adanya daya tarik wisata mampu untuk menarik perhatian calon konsumen untuk berkunjung ke tempat wisata. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan, Brahmento & Hamzah, dalam Rahmawati, dkk. (2022). Wisatawan berkunjung ke destinasi wisata tentu mempunyai tujuan untuk berlibur dan berekreasi, menikmati pemandangan alam yang indah dan sejuk serta dapat melihat pertunjukan yang menghibur, maka akan membuat hati para wisatawan merasa senang dan nyaman. Berdasarkan penelitian dari Susianto, dkk. (2022), Rahmadayanti, dkk. (2020), Laili, dkk. (2022), Rati (2021) dan Rokhayah, dkk. (2021) menyatakan bahwa Daya Tarik Wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung. Namun menurut penelitian dari Rokhayah, dkk. (2021), menyatakan bahwa daya Tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Faktor keempat yang berpengaruh dalam keputusan berkunjung adalah Promosi. Promosi adalah kegiatan memasarkan suatu produk pada usaha yang telah dijalankan. Promosi sendiri dapat dilakukan dengan cara memperkenalkan secara langsung kepada masyarakat, namun juga dapat dilakukan dengan cara diiklankan di media sosial atau iklan melalui banner dan poster. Dengan demikian maka akan menciptakan strategi promosi yang menarik para konsumen untuk berkunjung ke Lembah Asri Serang di Purbalingga. Menurut Gitosudarmo (2014) kegiatan promosi tidak boleh

berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan berkunjung.

Promosi bertujuan untuk menyebar luaskan informasi mengenai wisata yang dipromosikan. Maka mereka akan mendapatkan konsumen yang baru untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut, dan tentunya hal ini dapat menaikkan laba atau keuntungan. Menurut Alma (2020), Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Promosi yang baik melalui berbagai cara akan membuat wisatawan merasa tertarik untuk melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut. Berdasarkan penelitian dari Putri, dkk. (2020), Anggraini, dkk. (2022), Rati (2021), Kurniawan, dkk. (2022), Leyyda, dkk. (2022), Fauzi, dkk. (2020), dan Maliki, dkk. (2022) menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung. Namun menurut penelitian dari Maliki, dkk. (2022) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Pada penelitian ini, peneliti mengembangkan penelitian dari Putri, dkk. (2020) sebagai Jurnal Utama dengan judul “Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Berkunjung Di Kampong Banyumuli Semarang Jawa Tengah” dan dalam penelitian ini mengambil variabel kualitas pelayanan, promosi dan keputusan berkunjung. Alasan peneliti tidak mengambil variabel produk, dan lokasi, karena variabel tersebut tidak berpengaruh positif dan signifikan

terhadap keputusan berkunjung, serta peneliti tidak mengambil variabel harga karena apabila harga dalam suatu wisata mengalami kenaikan maka tidak berpengaruh terhadap konsumen, karena mereka akan tetap berkunjung ke lokasi tersebut.. Peneliti juga mengembangkan penelitian dari Rokhayah, dkk. (2021) dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara” dan dalam penelitian ini mengambil variabel Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Keputusan Berkunjung. Alasan peneliti tidak menggunakan variabel aksesibilitas, karena variabel tersebut karena untuk menempuh ke suatu tempat wisata Lembah Asri Serang harus menggunakan kendaraan pribadi seperti motor dan mobil, tidak bisa menggunakan angkutan umum dan ojek karena lokasinya yang cukup jauh dengan perkotaan. Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang diatas, penulis tertarik dengan topik pembahasan serta berkeinginan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya dengan membuat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung” (Studi Pada Pengunjung Desa Wisata Lembah Asri Serang)**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung?
3. Apakah Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung?
4. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung?
5. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Berkunjung?

C. PEMBATASAN MASALAH

Pada penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar fokus dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Subjek yang diteliti adalah pengunjung yang melakukan kunjungan pada Desa Wisata Lembah Asri Serang.
2. Variabel yang diteliti sebatas Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung.

D. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai latar belakang rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bukti empiris faktor-faktor yang

mempengaruhi Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata dan Promosi, adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, fasilitas, daya tarik wisata dan promosi terhadap keputusan berkunjung.
2. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung.
3. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap keputusan berkunjung.
4. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan daya Tarik wisata terhadap keputusan berkunjung.
5. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan berkunjung.

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk penelitian lebih lanjut khususnya di bidang pemasaran terhadap Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Daya Tarik Wisata dan Promosi. Memberikan manfaat bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran serta strategi pemasaran dalam memahami perilaku konsumen.

2. Aspek Praktis

a. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, dan diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan serta tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan dapat melakukan evaluasi dan mengambil kebijakan dalam perencanaan pengembangan wisata dan mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, daya tarik wisata dan promosi terhadap keputusan berkunjung.

b. Manfaat bagi konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen dalam melakukan kunjungan wisata di Desa Wisata Lembah Asri Serang.

c. Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas bagi penulis dalam menyelesaikan suatu masalah yang dihadapi serta dapat mengambil keputusan dan kesimpulan.