

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia yaitu sebagai penghasil devisa negara, industri pariwisata di dunia khususnya di Indonesia dalam pertumbuhan mengalami perkembangan yang pesat. Tercermin pada pandangan masyarakat bahwa pariwisata bukan hanya sebagai hal yang tabu, tetapi sudah menjadi gaya hidup yang dapat dilakukan oleh masyarakat dari semua kalangan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup (Setiyorini et al, 2018).

“Pariwisata ialah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ataupun berkelompok untuk sementara waktu, dari suatu tempat ketempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha dan mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, akan tetapi semata mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamayaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam, Revinda et al (2020). ”Tujuan kepariwisataan antara lain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, menghapus kemiskinan, mengurangi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumberdaya, memajukan budaya, menumpuk rasa cinta tanah air, dan mempererat persahabatan antar bangsa.” (UU Nomor 10, 2009:5-6).

Perkembangan sektor wisata di Indonesia dan manca negara bertumbuh sangat cepat, bahkan sektor pariwisata dapat menjadi sektor penghasil devisa terbesar, yaitu ke empat setelah kelapa sawit, minyak dan gas bumi serta

pertambahan Tempo (2018). Maka dari itu disetiap daerah didukung akan pertumbuhan wisata. Di Jawa Timur sudah banyak kabupaten yang sudah mengembangkan pariwisata di kotanya salah satunya kabupaten Lumajang. Kabupaten Lumajang merupakan kota kecil yang memiliki banyak sekali destinasi wisata terutama wisata alam. Dengan dukungan Pemerintah Kabupaten seperti yang telah dicanangkan oleh Wakil Bupati Lumajang bahwa objek wisata dengan satu desa satu obyek wisata telah berkembang di beberapa daerah di kabupaten Lumajang Lumajang Satu (2019). Salah satu sektor wisata di kabupaten Lumajang yang memiliki potensi untuk di kembangkan menjadi wisata alam salah satunya adalah wisata Tirtosari View yang berada di Desa Penanggal, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang.

Wisata Tirtosari View ini merupakan wisata yang terletak dikaki gunung semeru, dikelola oleh pemerintah desa penanggal dengan mendirikan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang anggotanya terdiri dari pelaku wisata dan masyarakat. Jarak tempuh dari pusat kota Lumajang Sekitar 30 Kilometer, perjalanan dapat diakses melalui kendaraan pribadi roda 2 (dua) maupun roda 4 (empat). Rute menuju wisata tirtosari View ini juga tidak terlalu sulit karna saat ini sudah banyak terdapat petunjuk jalan yang terpasang disetiap jalan menuju wisata. Tiket masuk Kawasan wisata alam ini cukup terjangkau dengan hanya membayar Rp. 5000.- untuk orang dewasa dan anak-anak Rp. 3000,-. Penjualan tiket oleh pengelola di aplikasikan untuk kegiatan sosial seperti santunan ke anak yatim, santunan guru honorer, dan santunan kematian . Pemandangan wisata yang

disajikan juga tidak kalah menarik dari wisata-wisata lain seperti kolam renang buatan untuk dewasa dan anak, spot foto *under water*, dan *outbond*.

Wisata tirtosari view adalah tempat yang ramai dikunjungi saat hari biasa maupun hari liburan. Adanya data kunjungan wisata di tirtosari view dalam setiap tahun mengalami peningkatan pada tahun 2019 bulan desember pengunjung wisata tirtosari view mencapai 21.094 pengunjung orang dewasa dan 5.304 pengunjung anak-anak. Kemudian pada tahun 2020 karna adanya dampak covid-19 pengunjung tirtosari view sempat libur dua bulan dan dibuka kembali bulan juni 2020 dengan menerapkan protokol kesehatan covid-19. Berikut dapat dilihat pada tabel dibawah berikut :

Tabel. 1.1 data Kunjungan Wisata Tirtosari View tahun 2019-2021

Bulan	2019		2020		2021	
	Pengunjung dewasa	Pengunjung anak-anak	Pengunjung dewasa	Pengunjung anak-anak	Pengunjung dewasa	Pengunjung anak-anak
Januari	-	-	25.649	5.666	10.364	1.854
Februari	-	-	8.189	2.346	-	-
Maret	-	-	3.623	868	-	-
April	-	-	Libur Pandemi Covid-19 (Corona)	Libur Pandemi Covid-19 (Corona)	-	-
Mei	-	-	Libur Pandemi Covid-19 (Corona)	Libur Pandemi Covid-19 (Corona)	-	-
Juni	-	-	5.513	815	-	-
Juli	-	-	4.985	1.093	-	-
Agustus	-	-	6.757	1.639	-	-
September	558	88	5.217	1.200	-	-
Oktober	3.412	754	6.257	1.354	-	-

November	11.055	1.496	6.633	1.259	-	-
Desember	21.094	5.304	4.583	838	-	-

Sumber : Rekapitan kunjungan pengelola wisata tirtosari view

Pengunjung wisata tirtosari view memiliki pengaruh promosi yang sangat besar terhadap masyarakat sekitar sehingga dapat merespon pengunjung lain untuk menentukan keputusan berkunjung ke wisata Tirtosari view. salah satunya dengan adanya informasi *Word Of Mouth* yang dilakukan oleh masyarakat sehingga dapat mendorong keputusan berkunjung untuk memilih berwisata di Tirtosari View.

Informasi yang di peroleh dari perkembangan pariwisata juga didukung oleh komunikasi verbal. Salah satu komunikasi verbal yang dikenal di dunia pemasaran yaitu komunikasi *Word Of Mouth* merupakan usaha meneruskan informasi dari satu konsumen ke konsumen lain dilakukan oleh konsumen dengan sukarela atau tanpa mendapatkan imbalan melalui informasi dari mulut ke mulut Grace et al (2019). Secara singkat, *Word Of Mouth* dapat didefinisikan sebagai keseluruhan komunikasi dari orang ke orang mengenai produk, jasa atau perusahaan tertentu pada suatu waktu, (Febriani & Dewi, 2018).

Sebagai bauran dari komunikasi pemasaran *Word Of Mouth* merupakan strategi yang cepat dalam penyebaran informasi dan promosi yang dilakukan oleh masyarakat lokal karena penyampaian informasi dari mulut ke mulut. *Word Of Mouth* pada dasarnya merupakan komunikasi yang sangat disukai karena didalamnya terdapat kalimat pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan yang disampaikan secara langsung dan spontan. Pada dasarnya konsumen lokal lebih mempercayai informasi dari orang ke orang dikarenakan informasi yang didapat mudah dimengerti dan mudah dipahami. Salah satu informasi yang didapatkan

yaitu tentang kualitas pelayanan dimana setiap tempat berwisata kualitas pelayanan dan sarana prasarana sangatlah diperhatikan.

“Kemudian dalam memaksimalkan pertumbuhan pariwisata di suatu daerah perlu diperhatikan adanya sarana dan prasarana yang mendukung. Sarana wisata secara kuantitatif merupakan bagian yang menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan. Sedangkan sarana wisata secara kualitatif adalah bagian yang menunjuk pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan. Untuk menunjang kualitas pelayanan dalam dunia pariwisata yang memuaskan para wisatawan, maka perlu disusunnya standar wisata yang baku baik secara nasional maupun internasional sehingga penyedia sarana pariwisata tinggal memilih dan menentukan jenis dan kualitas yang disediakan” Revida et al (2020). Kualitas pelayanan yang diberikan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang konsumen sesuai dengan apa diharapkan konsumen. “Kualitas Pelayanan ialah kualitas yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.” Menurut Zeithaml et al dalam Laksana (2019) adanya hubungan antara *Word Of Mouth* dengan kualitas pelayanan akan mempengaruhi keputusan berkunjung, semakin baik fasilitas yang diberikan oleh pengelola dan sarana kualitatif yang menunjuk pada kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan berkunjung wisata.

Keputusan berkunjung yaitu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata

yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara Intan Juwita dalam Setiyorini et al (2018). Seseorang berkunjung dalam memilih atau membeli suatu barang atau jasa tidak akan lepas dari pertimbangan yang dipilih. pertimbangan yang dipilih akan mempengaruhi berbagai faktor yang akhirnya dapat mengambil suatu keputusan berkunjung.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asikin et al (2019) menemukan hasil yang berbeda yaitu pada pengaruh kulaitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung (studi pada pengunjung kolam renang veteran Lumajang), penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengujian pada hipotesis yang menggunakan *Word Of Mouth* (WOM) menyatakan bahwa *variabel* tidak memiliki pengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan berkunjung di Kolam Renang Veteran Lumajang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Setiyorini (2018), Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, *Word Of Mouth*, Dan Daya Tarik Wista Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong. Hal ini menunjukkan bahwa *word of mouth* (WOM) merupakan salah satu *variabel* yang pengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung objek wisata gunung Beruk Karangpatihan Balong.

Ramadhan (2016) dalam studinya “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tempat Wisata Pantai Samudera Baru”, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *variabel* kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini menunjukan bawasanya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Dari beberapa penjelasan tersebut peneliti menemukan perbedaan hasil dikarenakan ada beberapa *variabel* dan objek yang berbeda. maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan judul penelitian: **Pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Tempat Wisata Tirtosari View di Lumajang).**

1.2 Rumusan Masalah

Hubungan antara *variabel word of mouth* dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada wisata tirtosari view di Lumajang. Berdasarkan latar belakang penelitian dan batasan masalah yang didukung dengan penelitian terdahulu, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah terdapat pengaruh variabel *Word Of Mouth* yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Tirtosari View di Lumajang?
- b. Apakah terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Tirtosari View di Lumajang?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Tirtosari View di Lumajang?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memiliki beberapa tujuan, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Word Of Mouth* yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Tirtosari View di Lumajang.

- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung pada Wisata Tirtosari View di Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Tirtosari View di Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun manfaat untuk pihak-pihak tersebut diantaranya :

- a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah wawasan dan menguji pengetahuan mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai *word of mouth* kualitas pelayanan dan keputusan berkunjung sehingga dapat diketahui hasil dapat memperkuat atau melemahkan antar hubungan variabel.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti

Merupakan tambahan bagi dunia praktis dan sebagai pembelajaran sebelum masuk dalam dunia bisnis dan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (program Strata I di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Gama Lumajang) dan menambah wawasan di bidang manajemen pemasaran terutama mengenai pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung.

2) Bagi Wisata Tirtosari View desa Penanggal Kecamatan Candipuro Kabupaten Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing.

3) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terutama berkaitan dengan pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung ke wisata alam.

