

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

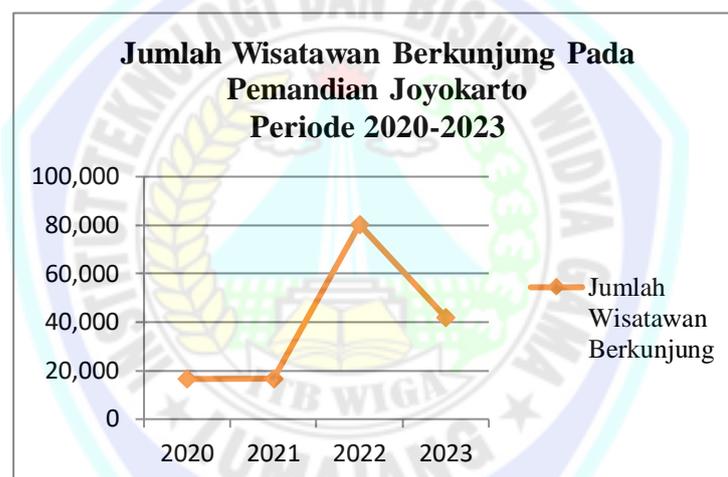
Pariwisata tumbuh menjadi sektor kegiatan ekonomi yang diakui secara internasional. Berkembangnya industri tersebut diikuti oleh persaingan begitu intens dari berbagai pihak manajemen wisata. Seluruh pengelola wisata bersaing untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Tenaga kerja dan potensi manusia Indonesia seperti keberagaman adat budaya, kuliner, letak geografis serta keanekaragaman nuansa alamiah dapat menarik wisatawan lokal maupun internasional (Putri, 2014).

Lumajang adalah salah satu dari beberapa Kabupaten yang berada dalam kawasan provinsi Jawa Timur. Keindahan alam dan kebudayaannya tidak kalah menarik dengan Kabupaten yang berada disekitarnya. Pemandian Joyokarto adalah salah dari sekian destinasi wisata yang tersedia di Kabupaten Lumajang. Pemandian Joyokarto terletak di Dusun Krajan Timur, Desa Joyokarto, Kecamatan Tempeh, Kabupaten Lumajang.

Pemandian Joyokarto adalah objek wisata pemandian yang menyediakan berbagai fasilitas, contohnya semacam kolam renang anak, kolam renang orang tua, dan gazebo tempat pengunjung istirahat sejenak sembari menunggu salah satu anggota keluarga berenang. Selain beberapa fasilitas tersebut wisata Pemandian Joyokarto juga menyediakan spot foto yang unik dan menarik untuk pengunjung yang gemar berfoto dan kemudian mengabadikan momen kunjungan tersebut di

media sosial, spot foto tersebut berupa patung 3 (tiga) dimensi serta nuansa eksotis dari pepohonan yang rindang.

Bervariasinya objek wisata yang tersedia di Kabupaten Lumajang membuat wisatawan mempunyai Minat Berkunjung yang beranekaragam. Dilla (2021), menyatakan minat berkunjung adalah sebuah rangsangan internal yang terjadi sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata. Berikut data jumlah wisatawan yang berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang periode 2020-2023:



**Gambar 1.1 Data Pengunjung Pemandian Joyokarto Periode 2020-2023**

*Sumber dispar.lumajangkab.go.id/data.*

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dideskripsikan pengunjung yang berwisata pada wisata Pemandian Joyokarto di kabupaten Lumajang yaitu, pada tahun 2020 sebanyak 16.560 wisatawan, tahun 2021 sebanyak 16.832 wisatawan, tahun 2022 sebanyak 80.243 wisatawan, dan tahun 2023 sebanyak 41.963 wisatawan. Dari penjelasan tersebut dapat di tarik suatu kesimpulan bahwa setiap tahun wisatawan yang berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang mengalami peningkatan, kecuali pada tahun 2023

pengunjung yang melakukan kegiatan wisatanya ke objek wisata Pemandian Joyokarto di kabupaten Lumajang mengalami penurunan sejumlah 38.280 wisatawan. Dengan demikian upaya diperlukan untuk mengevaluasi penurunan jumlah pengunjung. Untuk memastikan bahwa jumlah kunjungan ke Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang terus meningkat setiap tahunnya. Harus dilakukan studi lebih lanjut tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat berkunjung tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berkunjung adalah Citra Destinasi. Utami (2022), menyatakan Citra Destinasi adalah pendapat serta pengalaman yang diasumsikan pengunjung tentang lokasi saat melakukan kegiatan wisata. Citra destinasi dapat berpengaruh penting terhadap minat berkunjung wisatawan pada suatu objek wisata sehingga dalam hal ini pihak pengelola objek wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang terus melakukan upaya evaluasi terkait menjaga citra destinasi tersebut tetap positif dan baik menurut pandangan masyarakat.

Mudhofar (2021), menyatakan bahwa evaluasi kinerja juga dapat digunakan untuk menilai kinerja masa lalu organisasi, yang memungkinkan untuk membandingkan kinerja nyata dengan yang diharapkan. Selain itu peran pemimpin juga sangat penting dalam suatu perusahaan atau organisasi sebagai penentu arah kebijakan selanjutnya. Mudhofar (2018), menyatakan bahwa efektivitas kerja karyawan akan meningkat jika memiliki pemimpin yang mempunyai kemampuan yang lebih dan profesionalitas dalam bekerja. Hal tersebut berdampak pada meningkatnya produktivitas kerja karyawan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang menunjukkan bahwa citra destinasi wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang sudah cukup baik dan bagus pada pandangan masyarakat, dengan suasana pemandian yang bernuansa modern terlebih saat wisatawan merasakan sensasi bermain air pada kolam renang yang bersih serta indah menimbulkan perasaan senang yang tak terlupakan sehingga berdampak pada persepsi individual yang positif. Penelitian dilakukan oleh Charli (2021), menunjukkan bahwa citra destinasi wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung. Namun tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Isman (2020), menunjukkan bahwa citra destinasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung.

Disamping itu, Fasilitas juga dapat mempengaruhi keinginan untuk berkunjung. Nanda M.T (2017), menyatakan bahwa fasilitas merupakan suatu sarana untuk menunjang kelancaran kegiatan operasional yang dilaksanakan oleh perusahaan. Fasilitas dapat berbentuk sarana dan prasarana yang dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan serta memberikan rasa nyaman dan kemudahan untuk pengguna suatu jasa.

Berdasarkan fenomena yang terjadi fasilitas berupa kolam renang, tempat persewaan ban, kamar mandi, area parkir yang memadai, mushola, dan kantin sudah tersedia pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang. Namun masih ada beberapa fasilitas yang belum tersedia pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang seperti wahana bermain bagi wisatawan anak-anak maupun wisatawan dewasa. Penelitian oleh Tanjung (2022), menunjukkan

bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat berkunjung. Namun penelitian yang dilakukan Awaluddin (2021), menunjukkan hasil berbeda, yaitu tidak ada pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung.

*Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dapat mempengaruhi minat berkunjung. Aziza (2022), berpendapat *Electronic Word of Mouth* merupakan penilaian berbentuk testimoni maupun pernyataan yang positif atau negatif dari pelanggan terhadap suatu jasa atau produk. Pihak manajemen wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang Menggunakan media sosial sebagai tempat promosi destinasi wisata tersebut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* adalah suatu jawaban dari berbagai macam strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang. Dengan banyaknya pengguna media sosial yang menggunakan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* untuk sarana bertukar pikiran hal ini juga dapat memudahkan wisatawan mencari informasi objek wisata itu. Penelitian oleh Ulya (2023), menunjukkan bahwa variabel *E-WOM* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Namun penelitian Setiawan (2019), menghasilkan kesimpulan yang berbeda yaitu *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap minat berkunjung melalui citra destinasi.

Perbedaan penelitian ini dengan studi yang terdahulu adalah dilihat dari segi lokasi yang memiliki karakteristik berbeda dari penelitian sebelumnya. Dimana penelitian ini dilakukan pada periode tahun 2024, dengan mengambil subjek

wisatawan yang berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang. Serta variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan Citra Destinasi (X1), Fasilitas (X2), *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* (X3), dan Minat Berkunjung (Y).

Alasan peneliti mengambil objek wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang dikarenakan jumlah wisatawan yang berkunjung setiap tahunnya mengalami peningkatan, kecuali pada tahun 2023 wisatawan yang berkunjung ke Pemandian Joyokarto mengalami penurunan. Selain itu objek wisata Pemandian Joyokarto cukup dikenal dikalangan masyarakat sebagai tempat berlibur keluarga.

Dari penjelasan latar belakang masalah diatas, penelitian ini berusaha untuk mengetahui “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, Terhadap Minat Berkunjung Pada Wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang”.

## **1.2 Batasan Penelitian**

Supaya penelitian dapat berfokus dalam pembahasan hal yang diharapkan sebagai mana dijelaskan pada “Latar Belakang Masalah”, diharuskan terdapat sebuah batasan pada penelitian, yakni:

- a. Penelitian berfokus pada area Manajemen Pemasaran.
- b. Keterkaitan 4 aspek yaitu Citra Destinasi, Fasilitas, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, serta Minat Berkunjung akan diteliti pada penelitian ini.
- c. Pengunjung yang berwisata pada Pemandian Joyokarto diangkat sebagai subjek dalam penelitian ini.
- d. Tempat penelitian adalah wisata Pemandian Joyokarto.

- e. Penelitian ini dilaksanakan periode 2024.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Dari “Latar Belakang Masalah” serta “Batasan Masalah”, rumusan masalah pada penelitian ini dapat dijelaskan:

- a. Apakah Citra Destinasi dapat berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah Fasilitas dapat berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dapat berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi terhadap minat berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap minat berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* terhadap minat berkunjung pada wisata Pemandian Joyokarto di Kabupaten Lumajang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan bisa menimbulkan manfaat bagi pembacanya, yang dijelaskan:

- a. Manfaat Dari Penelitian Ini

- 1) Sebagai pusat informasi serta bahan evaluasi teori dan praktik untuk mendapatkan pemahaman yang dapat diterapkan di masa depan.
- 2) Digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan penelitian, terkhusus pemasaran dalam aspek produk ataupun jasa.
- 3) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi yang membaca.

b. Manfaat Teori

- 1) Bisa dipergunakan untuk pedoman penelitian pemasaran.
- 2) Bisa digunakan untuk referensi bagi praktisi yang sedang menjalankan bisnis, terutama yang berhubungan dengan hal pemasaran.
- 3) Bisa juga digunakan sebagai bahan masukan berupa saran kepada pihak manajemen wisata Pemandian Joyokarto untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.