

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki berbagai macam sumber daya alam yang sangat berlimpah diberbagai daerahnya yang belum dikembangkan secara optimal. Sumberdaya tersebut bisa dimanfaatkan untuk berbagai hal yang mendatangkan keuntungan bagi negara dan masyarakat (Wijaya et al., 2020). Saat ini, sektor pariwisata merupakan salah satu industri yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Melalui berbagai program pembangunan dan pengembangan yang digagas oleh pemerintah, pariwisata diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian nasional melalui aktivitas wisata.. (Priyanto & Mahfud, 2019). Pariwisata sendiri adalah perjalanan seeseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan hiburan (Prayogo et al., 2018). Pariwisata merupakan sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Di Indonesia, pariwisata telah menjadi menjadi pilar utama perekonomian nasional dengan kontribusi yang terus meningkat (Hidayat et al., 2024).

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari ribuan pulau, kabupaten, dan kota. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru tahun 2023 mengacu pada hasil pendataan rentang tahun 2018-2022, terdapat 416 Kabupaten dan 98 Kota di Indonesia. Provinsi dengan kota dan kabupaten terbanyak adallah Jawa Timur dengan 29 kabupaten dan 9 kota (Oktaviani et al., 2023). Salah satu kabupaten yang berada di Jawa Timur yaitu Kabupaten

Lumajang, berbatasan dengan Kabupaten Probolinggo di sebelah utara, berbatasan dengan Kabupaten Malang di bagian barat, Kabupaten Jember di bagian timur, serta langsung menghadap Samudra Hindia di sisi selatan. Menurut data RPD (Rencana Pembangunan Daerah) Kabupaten Lumajang memiliki 21 Kecamatan yang terdiri dari 198 Desa dan 7 Kelurahan, salah satu Desanya yaitu Jokarto. Jokarto adalah Desa Wisata yang berada di Kecamatan Tempeh. Desa Jokarto memiliki beberapa tempat wisata salah satunya yaitu Pemandian Joyokarto tepatnya di Dusun Krajan.

Pemandian Joyokarto adalah wisata pemandian buatan yang menyediakan banyak fasilitas dengan lingkungan yang bersih dan asri yang membuat para pengunjung Pemandian Joyokarto nyaman. Ditambah adanya beberapa ikon Pemandian Joyokarto berupa patung kuda besar dan patung-patung lainnya yang biasanya dijadikan spot foto bagi pengunjung Pemandian Joyokarto.



Gambar 1. 1 Data pengunjung Pemandian Joyokarto
Sumber : Manajemen Pemandian Joyokarto

Berdasarkan gambar 1.1 Pemandian Joyokarto mengalami kenaikan pengunjung pada tahun 2023 menjadi 42.085 pengunjung setelah tidak diberlakukan lagi PSBB (pembatasan sosial berskala besar) saat wabah Covid-19

terjadi. Pada tahun 2020 sebelumnya data pengunjung di Pemandian Joyokarto sebanyak 16.560, di tahun ini tidak cukup ramai dikarenakan berlakunya PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Begitu pula pada tahun 2021, kondisi juga masih sama data pengunjung yang masuk sebanyak 16.832. Pada tahun 2022, pengunjung Pemandian Joyokarto mengalami penurunan lagi mencapai angka 15.753 pengunjung selama setahun. Dan pada tahun 2024 kemarin, pengunjung Wisata Pemandian Joyokarto jumlah pengunjung Pemandian Joyokarto mencapai 35.986 pengunjung, penurunan ini mungkin dikarenakan sudah banyak tempat wisata baru yang telah dibuka, sehingga menjadi kompetitor bagi wisata Pemandian Joyokarto.

Naiknya jumlah pengunjung dapat disebabkan oleh tingkat kepuasan dari pengunjung tersebut pada suatu objek tempat wisata. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pemandian Joyokarto kepuasan pengunjung dapat disebabkan oleh sarana yang tersedia secara memadai, seperti area parkir, tempat beristirahat, kebersihan lingkungan yang terjaga, serta biaya yang relatif terjangkau. Dalam industri pariwisata, kepuasan pengunjung merupakan faktor kunci yang menentukan kesuksesan sebuah destinasi (Hasmi et al., 2023). Sunarto dalam Kalebos (2016) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bentuk perasaan positif atau kesan yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja produk yang diterima. Sangat penting bagi industri pariwisata untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkesan serta mempertahankan dan menarik lebih banyak pengunjung di masa mendatang.

Faktor yang dapat berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pengunjung berupa kualitas pelayanan, harga, fasilitas dan *word of mouth* (WOM).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pemandian Joyokarto menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Pemandian Joyokarto sudah baik dimata pengunjung, karyawan Pemandian Joyokarto juga ditugaskan untuk mengawasi di area kolam renang (Tim SAR) untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terutama di area kolam anak-anak, dengan pelayanan yang ramah dan tegas, pengunjung merasa nyaman saat berada di kawasan Pemandian Joyokarto. Menurut Kotler (2019:83), kualitas pelayanan merupakan persepsi atau evaluasi konsumen terhadap sejauh mana layanan yang diterimanya sesuai atau sebanding dengan harapan kepuasan yang dimilikinya. Jika layanan yang diterima konsumen sesuai dengan ekspektasinya, maka kualitas pelayanan akan dipandang positif dan dianggap memuaskan (Ahyani, 2022). Menurut Kotler dan Amstrong (2016:132) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang baik serta membentuk manajemen kualitas yang efektif, perlu mengetahui detail dan aktivitas yang memiliki keterkaitan dengan pelayanan yang diberikan, secara spesifik hal ini mengacu pada umpan balik dari pelanggan (Wijaya et al., 2020). Berdasarkan penelitian oleh (Sudiarta et al., 2022) bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak terhadap tingkat kepuasan wisatawan, yang juga dipengaruhi oleh mutu secara keseluruhan destinasi wisata. Pendapat yang sama ditemukan

oleh penelitian dari bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin baik kualitas layanan yang disediakan, maka tingkat kepuasan pengunjung cenderung semakin tinggi. Begitu juga dengan pendapat oleh (Wijaya et al., 2020) bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada kepuasan pengunjung.

Tidak hanya kualitas pelayanan, harga pun menjadi variabel yang turut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Menurut fenomena yang ada, harga yang berlaku di Pemandian Joyokarto yaitu untuk biaya parkir Rp 3000/roda dua, Rp 5.000/roda 4, tiket masuk Rp 5.000/anak, Rp 10.000/dewasa sedangkan untuk tangggal merah atau hari Minggu berlaku Rp 10.000/kepala, dan untuk memasuki kamar bilas pengunjung akan dikenakan Rp 2.000/kepala. Menurut Grewal dan Levy dalam buku Tjiptono Fandy (2008), harga (price) sebagai pengorbanan keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik. Menurut pendapat Nirwana (2012) harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen. Sementara itu, Morissan (2010) menjelaskan bahwa harga merujuk pada sesuatu yang harus dikorbankan oleh konsumen, umumnya dalam bentuk uang, untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo et al. (2012) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, mengacu pada teori yang dikemukakan Kotler dan Keller (2009) yaitu harga sering ditetapkan untuk memuaskan permintaan atau mencerminkan premi yang bersedia dibayarkan pelanggan terhadap suatu barang atau layanan. Pendapat yang sama diperoleh dari penelitian (Gofur, 2019) bahwa kualitas pelayanan dan

harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Anggraini et al., 2022) juga berpendapat bahwa dapat diidentifikasi berdasarkan faktor harga, membawa pengaruh positif terhadap pendorong kepuasan pelanggan. Tidak sejalan dengan temuan penelitian Bilgic (2016) dalam (Liejanto et al., 2021) mengindikasikan bahwa harga tidak memberikan dampak yang berarti terhadap tingkat kepuasan pelanggan di destinasi wisata tersebut..

Fasilitas juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut fenomena yang ada di Pemandian Joyokarto, fasilitas yang ada sudah terbilang lengkap. Dimulai dari kawasan parkir yang cukup luas, kolam renang 3 level, mulai dari sebelah utara untuk balita, tengah untuk anak-anak/remaja, dan paling selatan untuk dewasa dengan kedalaman kurang lebih 1,5 meter, tempat istirahat yang tidak sedikit dan merata di seluruh area pemandian, mushola, 10 kamar bilas wanita, 8 kamar bilas pria, kantin, dan aula di sebelah barat yang biasanya digunakan untuk pertemuan bagi pengunjung. Dalam pandangan Kotler dan Keller yang dikutip oleh Maydiana (2019), fasilitas merupakan seluruh bentuk perlengkapan fisik yang disediakan oleh penyedia jasa guna menunjang kenyamanan pelanggan selama menggunakan layanan tersebut (Arifin et al., 2023). Yoeti (2003:56) dalam Teguh et al. (2015) mengemukakan bahwa fasilitas wisata merupakan seluruh sarana yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama mereka tinggal sementara di destinasi yang dikunjungi, sehingga wisatawan dapat bersantai, menikmati, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas yang tersedia di lokasi wisata tersebut. Menurut Spillane yang

dikutip dalam Akrom (2014), fasilitas dipahami sebagai berbagai bentuk sarana dan prasarana yang menunjang operasional sebuah objek wisata dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan, meskipun tidak secara langsung menjadi pendorong utama pertumbuhan tetapi berkembang pada saat yang sama atau sesudah atraksi berkembang (Ni et al., 2022). Berdasarkan temuan penelitian oleh Teguh dan rekan-rekannya (2015), disimpulkan bahwa keberadaan fasilitas wisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Pendapat ini sejalan dengan pandangan Sammeng (2001:39) yang menegaskan bahwa penyediaan fasilitas merupakan salah satu aspek krusial dalam upaya pengembangan sektor pariwisata. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ni et al. (2022) juga mengungkapkan bahwa berbagai jenis fasilitas wisata, baik yang bersifat utama, pendukung, maupun pelengkap, secara bersama-sama berkontribusi terhadap kepuasan pengunjung. Namun demikian, hasil yang berbeda disampaikan oleh Rutjuhan et al. (2020), yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan signifikan antara fasilitas yang tersedia dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh *word of mouth* (WOM). *Word of Mouth* memegang peranan penting bagi destinasi wisata pemandian Joyokarto sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif. Fenomena yang terjadi di Pemandian Joyokarto menunjukkan bahwa pengalaman positif pengunjung dapat menjadi daya tarik utama untuk mendatangkan wisatawan baru. Melalui WOM, informasi tentang pengalaman pengunjung tersebut dapat tersebar luas secara alami kepada calon wisatawan lainnya. Strategi ini tidak hanya

membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap destinasi tersebut tetapi juga mampu menciptakan persepsi positif di mata publik. Dengan demikian, kepuasan pengunjung perlu dijasa dan ditingkatkan untuk mendorong mereka merekomendasikan Pemandian Joyokarto kepada orang lain. Dengan demikian, WOM menjadi alat pemasaran yang kuat dan berkelanjutan bagi pengembangan destinasi wisata ini. Dalam (Itasari et al., 2020) *word of mouth* merupakan pemasaran dari mulut ke mulut yang bisa berbentuk online atau offline (Kotler, P, keller, 2009). Menurut Hasan (2010) dalam (Maryam et al., 2023) *word of mouth* marketing adalah upaya memberikan alasan agar orang berbicara tentang merek, produk maupun jasa dan membuat berlangsungnya pembicaraan itu lebih mudah. Sweeney et al., (2012) dalam (Ramadhanti & Pantro Sukma, 2023) menyatakan bahwa ada 3 indikator tentang *word of mouth* yaitu isi pesan WOM yang diberikan, kejelasan tentang pesan WOM yang disampaikan, dan kekuatan pada pesan yang disampaikan, menetapkan dan melacak prosedur pengambilan keputusan yang digunakan pembeli untuk memilih produk terbaik dari beberapa opsi yang memungkinkan. (Itasari et al., 2020) berpendapat bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Maryam et al., 2023) *word of mouth* tidak memiliki pengaruh yang kuat untuk membuat pengunjung mencapai pada tahapan kepuasan saat mengunjungi objek wisata. Tidak berpengaruhnya *word of mouth* berdampak pada tingkat kepuasan konsumen yang mengindikasikan bahwa konsumen tidak melihat dari sisi *word of mouth* yang diperoleh dari orang terdekat saja, tetapi juga dari sisi citra positif yang ditampilkan, pelayanan berkualitas yang diberikan, kelengkapan

fasilitas yang tersedia, serta lokasi dari objek wisata. Sama dengan pendapat bahwa penyampaian informasi dari mulut ke mulut memiliki dampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Meskipun variabel yang akan diteliti telah banyak dialakukan oleh peneliti sebelumnya, Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu penelitian dilakukan di Pemandian Joyokarto serta masih adanya perbedaan hasil (*gap research*) dari variabel yang diteliti. Sehingga berdasarkan uraian dari latar belakang diatas dan fenomena seta adanya *gap research*, maka penulis merasa penting untuk melakukan studi mengenai dampak kualitas layanan, harga, fasilitas, serta *word of mouth* terhadap tingkat kepuasan pengunjung di destinasi wisata Pemandian Joyokarto. Oleh sebab itu, peneliti merasa terdorong untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, dan WOM Terhadap Kepuasan Pelanggan Destinasi Wisata Pemandian Joyokarto”**.

1.2 Batasan Masalah

Untuk mencapai fokus dan kejelasan tersebut selaras dengan tujuan penelitian, peneliti telah menetapkan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Permasalahan yang dibahas adalah tentang kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan di wisata Pemandian Joyokarto.
2. Responden penelitian adalah pengunjung Pemandian Joyokarto di desa Jokarto, Tempeh, Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka ada beberapa permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto?
4. Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, di antaranya :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan destinasi wisata pemandian Joyokarto

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik dalam ranah akademis maupun praktis, dengan manfaat yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman teoritis terkait variabel-variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan destinasi wisata, seperti kepuasan pelanggan, harga, fasilitas, dan *word of mouth*, serta menjadi referensi bagi penelitian di masa mendatang.

b. Manfaat praktis

1) Bagi pengelola wisata

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran sebagai acuan dalam pengelolaan dan pengembangan sektor pariwisata, dengan lebih memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung, sehingga di masa mendatang wisatawan dapat merasa lebih puas setelah melakukan kunjungan.

2) Bagi pengunjung wisata

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan untuk pengunjung mengenai kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan *Word of Mouth* (WOM) di Pemandian Joyokarto yang memengaruhi kepuasan mereka. Hasil penelitian ini dapat membantu pengunjung dalam mempertimbangkan aspek-aspek penting sebelum berkunjung, sehingga mereka dapat memperoleh pengalaman wisata yang lebih memuaskan.

3) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, referensi, serta menjadi inspirasi bagi kalangan akademis dalam penelitian selanjutnya, sekaligus menyempurnakan kekurangan penelitian terdahulu dan mendorong inovasi di masa depan terkait kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan *word of mouth* terhadap kepuasan pelanggan.

