

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata terutama dari segi promosi gencar dilakukan di berbagai daerah, mengingat pariwisata memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Saat ini pariwisata berkembang dengan sangat pesat dan berbagai persaingan dibidang pariwisata semakin luas. Aktifitas wisata merupakan kegiatan untuk melepas kepenatan dari rutinitas sehari-hari seperti belajar dan bekerja secara berkelanjutan menyebabkan perasaan lelah, bosan dan sebagainya. Kesadaran kebutuhan akan berwisata mulai dirasakan oleh masyarakat disekitar kita, rasa puas yang dirasakan oleh manusia baik mulai panca indra dan perasaan senang akan dapat menghipnotis dan melupakan sejenak rasa lelah, beban dan masalah yang sedang dihadapi, bahkan akan menjadi obat yang sangat mujarab dengan luapan emosi ketika kepuasan dapat diraih setelah menikmati pemandangan alam sebagai kebesaran-Nya yang tiada duanya.

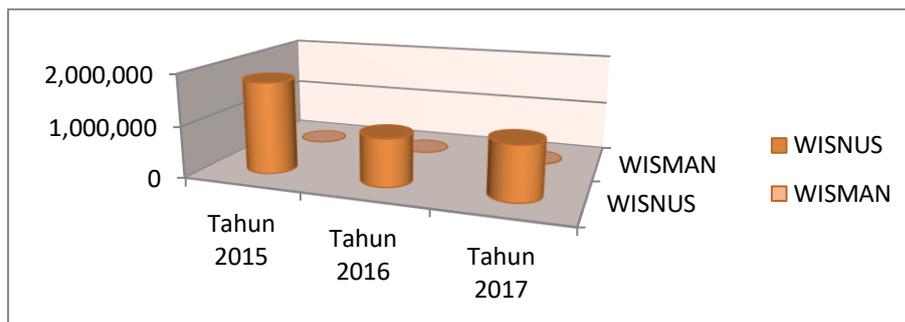
Obyek wisata sengaja dirancang untuk menumbuhkan rasa senang dan santai, sehingga kepenatan yang dirasakan pengunjung bisa hilang. Istilah pariwisata merupakan padanan kata *Tour*, dimana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali lagi ketempat asal dimana memulai melakukan perjalanan.

Industri pariwisata adalah industri jasa yang memadukan antara barang dan layanan. Suasana yang tercipta di dalam wisata dan keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh layanan yang diberikan. Sedangkan layanan yang dijual adalah

keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan wisata dalam melayani wisatawan M. Liga Suyadana Dan Vanny Octavia (2015). Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak berwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan (Lupiyoadi, 2008).

Indonesia sendiri merupakan daerah pariwisata yang kaya akan berbagai wisata alam. Keberagaman wisata Indonesia menjadi *icon* tersendiri didalam promosi wisata baik kalangan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Bab X pasal 41 tentang Badan Promosi Pariwisata Indonesia mempunyai tugas : 1) Meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia, 2) Meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa, 3) Meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan, 4) Menggalang pendanaan dari sumber selain Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, dan 5) Melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.

Salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi besar dalam bidang pariwisata terdapat di Kabupaten Lumajang Jawa Timur. Kabupaten Lumajang merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur. Keindahan alam dan obyek daya tarik wisatanya tidak kalah menarik dengan Kabupaten disekitarnya. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata di Kabupaten Lumajang cukup besar, hal ini dapat terlihat dari data kunjungan wisatawan di Kabupaten Lumajang selama 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2015 – 2017.



Gambar 1.1: Data Kunjungan Wisatawan Di Kabupaten Lumajang Tahun 2017

Sumber Data: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Lumajang 2017

Berdasarkan data kunjungan wisatawan pada grafik 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2015 terdapat kunjungan wisatawan nusantara sebanyak 1.790.936 pengunjung dan pada kunjungan wisatawan mancanegara hanya terdapat 4.910 pengunjung. Tahun 2016 terjadi penurunan jumlah wisatawan, wisatawan nusantara menjadi 933.514 pengunjung dan wisatawan mancanegara menjadi 2.367 pengunjung. Tahun 2017 kembali mengalami kenaikan untuk jumlah wisatawan nusantara meskipun tidak sebanyak tahun 2015, yaitu sebanyak 1.054.118 pengunjung, akan tetapi untuk jumlah wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sebesar 5.818 pengunjung.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan antara lain : penelitian dari Indayati, ML. Endang Edi Rahaju, Mitarti Indrartini, 2016 dengan judul “Pengaruh pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan kunjungan wisata Madiun Ngumbul *Square*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial, variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan kunjungan Madiun Umbul *Square*, (2) Secara simultan, variabel lokasi, harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen untuk

melakukan kunjungan Madiun Umbul *Square*, dan (3) Kualitas Pelayanan pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan kunjungan Madiun Ngumbul *Square*.

Penelitian dari Agus Srianto, Aris Wahyu Kuncoro, 2015, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Ekuitas Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Lion Star* Di Modern *Market* Jakarta Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Promosi (X3) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara bersama – sama Variabel Kualitas Layanan (X1), Ekuitas Merek (X2) dan Promosi (X3) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Penelitian dari Debora Kaharu, Anindhyta Budiarti, 2016, dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cosmic*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti menunjukkan semakin baik kualitas produk akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada *Clothing Store Cosmic* Cabang Surabaya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Manoj, 2013) with the title “*Impact of Sales Promotion Tools on Consumer’s Purchase Decision towards White Good (Refrigerator) at Durg and Bhilai Region of CG, India*”. The result shows that

among the various sales promotion tools: offer, premium and contest are the most influencing variables for consumer purchase decision.

Kualitas pelayanan berperan penting dalam mendatangkan kunjungan wisatawan ke suatu obyek wisata. Menurut (Purushotama, 2010:5 dalam (Hana Catur Wahyuni, S.T., M.T, Wiwik Sulistiyowati, S.T., M.T, Muhammad khamim, S.T, 2015) “kualitas sebagai *achieving the customer and stakeholder satisfactions while adhering to business ethics, human values and the statutory, legal and regulatory requirement* (mencapai kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan sementara mengikuti etika bisnis, nilai-nilai kemanusiaan dan persyaratan hukum, hukum dan peraturan)”.

Sedangkan menurut Tjiptono (2010:259), “Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen”. Pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan dan penilaian konsumen. Kualitas Pelayanan bagi sebuah tempat wisata menjadi hal yang penting, karena layanan yang maksimal memberikan.

Faktor penunjang lainnya bagi keberhasilan kegiatan pariwisata adalah dari segi promosi yang diberikan. Menurut M. Liga Suryadana Dan Vanny Octavia, 2015 menyatakan “Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang di jual”. Promosi sering dijadikan ujung tombak pada bauran pemasaran. Apabila Promosi berhasil maka akan mendatangkan pendapatan yang lebih pada perusahaan.

Kualitas Pelayanan yang baik dengan didukung promosi secara kontinyu akan memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke suatu daerah. Menurut M. Liga Suryadana Dan Vanny Octavia, (2015:79-80),“keputusan berkunjung pada konteks pariwisata diadaptasi dari konsep keputusan pembelian konsumen”.

Model lima tahap proses pembelian tersebut menjelaskan bahwa konsumen harus melalui lima tahap dalam proses pembelian sebuah produk. Namun hal ini, tidak berlaku, terutama atas pembelian dengan keterlibatan yang rendah (*low involvement*). Konsumen dapat melewati atau membalik beberapa tahap. Contohnya pada konteks pariwisata, wisatawan yang pernah berkunjung ke suatu destinasi (*repeat visitor*) mulai dari kebutuhan akan berwisata menuju kebutuhan akan berwisata menuju keputusan pembelian, dan melewati pencarian dan evaluasi informasi.

Salah satu wisata yang ada di Kabupaten Lumajang adalah wisata Ranubedali yang memiliki destinasi wisata mengagumkan yang merupakan salah satu dari tiga rangkaian danau yang ada di Kabupaten Lumajang bagian utara. Ranubedali merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Ranuyoso, Kabupaten Lumajang. Di desa ini terdapat objek wisata alami, masyarakat sekitar menyebutnya Ranubedali atau danau Bedali. Wisata Desa Ranubedali menjadi salah satu ikon desa wisata di kabupaten Lumajang, selain menyajikan pesona danau yang indah dan Air terjun yang terkenal dengan sebutan “Indrowati”. Terdapat beberapa spot untuk berfoto baik selfie seperti rumah pohon, sepeda hias, dan banyak yang lainnya (ranubedali-ranuyoso.lumajangkab.go.id).

Kegiatan Promosi wisata Ranubedali, dilakukan antara pemerintah desa bersinergi dengan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dalam memajukan Desa Ranubedali sebagai desa wisata di Kabupaten Lumajang. POKDARWIS beserta pemerintah desa dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang efektif dalam perkembangan wisata Ranubedali sebagai upaya peningkatan promosi wisata Ranubedali di lokal maupun interlokal. POKDARWIS Ranubedali telah melakukan promosi melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, brosur dan juga event-event tertentu yang diadakan di wisata Ranubedali. Kualitas pelayanan yang diberikan di wisata Ranubedali dalam menunjang keamanan maupun kenyamanan pengunjung. Kualitas Pelayanan dibidang keamanan, POKDARWIS Ranubedali telah menyediakan tempat parkir yang keamanannya tidak perlu dikhawatirkan karena petugas yang ada sangat bertanggung jawab atas keamanan yang ada di daerah parkir maupun di *rest area* pengunjung. Pengunjung juga tidak perlu mengkhawatirkan tentang kenyamanan saat menikmati wisata Ranubedali karena POKDARWIS Ranubedali juga telah menyediakan *Tourguide* yang akan memandu perjalanan wisata pengunjung. Setiap *Tourguide* telah dibekali banyak pengetahuan dan pengalaman tentang bagaimana membawa pengunjung dengan aman dan nyaman. Prioritas keamanan dan kenyamanan pengunjung merupakan prioritas utama bagi POKDARWIS Ranubedali.

Selain keamanan dan kenyamanan yang diberikan POKDARWIS Ranubedali, fasilitas sarana dan prasarana yang tersedia mampu membantu dalam memberikan suasana yang nyaman, tempat yang sangat bagus dan sejuk meskipun dengan kondisi yang cukup sederhana. Obyek wisata alam Ranubedali memiliki nilai keistimewaan lain dibandingkan dengan obyek wisata lainnya, misalnya :

merupakan, wisata alam, wisata budaya, menjadi daya tarik unggulan kawasan wisata tersebut sekaligus bagi wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai ***“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Obyek Wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang”***.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu, serta agar pembahasan tidak meluas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian yang dilakukan termasuk dalam manajemen pemasaran
- b. Variabel penelitian yang dilakukan terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan Berkunjung (Y) di obyek wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang
- c. Subjek penelitian ini adalah semua pengunjung wisata Ranubedali tahun 2018, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara
- d. Tempat penelitian berada di kawasan wisata Ranubedali yang berlokasi di Desa Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang?

- b. Apakah terdapat pengaruh promosi secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang
- b. Untuk mengetahui promosi secara signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kabupaten Lumajang
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara simultan signifikan terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali Kecamatan Ranuyoso Kecamatan Lumajang

1.5 Kegunaan penelitian.

Adapun penelitian yang akan dilakukan ini memiliki kegunaan antara lain sebagai berikut :

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut

terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan berkunjung di wisata Ranubedali.

b. Bagi pemerintah daerah Kabupaten Lumajang

Penelitian ini sebagai masukan pemerintah daerah agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk kedepannya agar pengunjung obyek wisata di Ranubedali akan bertambah ramai lagi.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana strata I pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “WIDYAGAMA LUMAJANG” sekaligus bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis.

