

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu pemegang peranan yang menentukan dalam meningkatkan pembangunan sektor-sektor lain secara bertahap. Keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan, berarti akan meningkatkan perannya dalam penerimaan daerah, dimana kepariwisataan merupakan komponen utama. Pengembangan industri pariwisata merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan objek-objek wisata yang ada sehingga menarik wisatawan untuk mengunjunginya baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Jumlah wisatawan yang datang tergantung dari keindahan objek dan pengelolaan tempat pariwisata tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2017) citra destinasi merupakan kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata. Citra destinasi berdasarkan penilaian wisatawan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan lainnya. Ester et al., (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa citra destinasi terdiri dari hasil penilaian rasional atau citra kognitif dan penilaian emosional atau citra afektif dari destinasi itu sendiri. Citra kognitif menjelaskan keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi. Dimensi dari citra kognitif ada enam yaitu atraksi wisata, fasilitas dasar, atraksi budaya, aksesibilitas dan substruktur pariwisata, lingkungan alam, dan faktor ekonomi. Penelitian Ester et al., (2020) menunjukkan bahwa citra berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Malzatul, (2020) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan. Penelitian Tri dan Imam, (2018) menunjukkan bahwa citra destinasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Tjiptono dan Fandy, (2015) mengemukakan bahwa promosi merupakan koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Manajemen strategi yang akan digunakan oleh perusahaan dianggap sebagai satu tipe spesifik dari suatu perencanaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong, (2017) promosi di definisikan sebagai komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah salah satu upaya untuk menginformasikan suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan untuk membujuk atau mengingatkan informasi dengan

berbagai jenis iklan yang dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian Tri dan Imam, (2018) memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara promosi terhadap dengan kepuasan. Selanjutnya penelitian Sustiyatik, (2020) menjelaskan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap dan kepuasan pengunjung.

Menurut Alma, (2015) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai sebuah tingkat keunggulan yang diharapkan pelanggan sehingga apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan. Kesesuaian antara kualitas pelayanan yang dirasakan atau diterima oleh konsumen sepadan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen, maka dengan kata lain kualitas pelayanan bisa dipersepsikan kualitas yang memuaskan, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipicu oleh berbagai faktor diantaranya adalah kualitas makanan yang baik serta kualitas pelayanan yang prima dari para produsen yang diberikan kepada para konsumennya. Penelitian Tresiya et al., (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Sukendar et al., (2021) menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting bagi keberadaan kelangsungan dan perkembangan perusahaan saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumen. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan dari kerja dan harapan. Jika kinerja perusahaan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen tidak puas dan jika kinerja melebihi harapan konsumen maka mereka akan merasa puas dengan senang. Konsumen puas terhadap barang dan jasa, memungkinkan dengan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian perusahaan mampu memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari konsumen (Tjiptono dan Fandy, 2015).

Dira *Swimming Pool* Ambulu merupakan wisata yang baru di buka di Kabupaten Jember pada tanggal 29 Juli 2014, minat wisatawan yang berkunjung pada wisata air Dira *Swimming Pool* ini sangat besar. Wisata Air Dira *Swimming Pool* sangat berpotensi untuk dilakukan pengembangan, dalam pengembangan diharapkan bertujuan untuk menciptakan citra positif pada wisatawan yang berkunjung ke objek wisata air Dira *Swimming Pool*. Pihak pengelola manajemen Dira *Swimming Pool* sudah menargetkan 10.000 pengunjung untuk tahun pertama dari bulan dibukanya wisata, sehingga dapat diketahui prosentasenya dengan melihat jumlah pengunjung yang datang ke Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu. Berikut ini adalah data jumlah pengunjung yang telah dicapai oleh Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu terhitung dari tanggal 29 Juli 2019 sampai dengan tanggal 29 Januari 2020.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu

Bulan	Jumlah Pengunjung
29 Juli – 29 Agustus 2019	3.686
29 Agustus – 29 September 2019	3.967
29 September – 29 Oktober 2019	4.723
29 Oktober – 29 November 2019	6.783
29 November – 29 Desember 2019	7.329
29 Desember – 29 Januari 2020	5.271
Rata-rata	31.759

Sumber: Dira *Swimming Pool* Ambulu (2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada Wisata Dira *Swimming Pool* Ambulu mengalami fluktuasi dari 29 Juli 2019 sampai dengan 29 Januari 2020. Pada awal dibuka wisata Dira *Swimming Pool* ini bertepatan dengan hari libur Hari Raya Idul Fitri, yang secara langsung banyak masyarakat yang ingin berwisata. Peningkatan jumlah pengunjung tidak terlepas dari berbagai fasilitas yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan pada Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu. Namun pada awal tahun 2020 jumlah pengunjung pada Dira *Swimming Pool* Ambulu mengalami penurunan hal ini disebabkan banyaknya kompetitor sejenis sehingga persaingan Dira *Swimming Pool* Ambulu bersaing semakin ketat.

Berdasarkan hasil observasi di Dira *Swimming Pool* Ambulu menunjukkan bahwa konsep wahana air yang ada di Dira *Swimming Pool* Ambulu masih tetap sama dari awal dibuka hingga sekarang sehingga kurang memberikan pengalaman yang menarik kepada para pengunjungnya. Konsep wahana air Dira *Swimming Pool* Ambulu yang monoton memberikan dampak negatif pada citra destinasi Dira *Swimming Pool* Ambulu. Tidak adanya inovasi terhadap konsep pembaruan wahana air Dira *Swimming Pool* Ambulu menurunkan citra destinasi Dira *Swimming Pool* Ambulu karena hal tersebut dapat memicu kebosanan para pengunjung terhadap wahana air Dira *Swimming Pool* Ambulu.

Faktor promosi juga menjadi penyebab penurunan jumlah kunjungan Dira *Swimming Pool* Ambulu dikarena pihak pengelola Dira *Swimming Pool* Ambulu kurang memanfaatkan sosial media sebagai alat bantu promosi. Salah satu sosial media yang belum dikelola dengan baik yaitu Instagram. Penggunaan isntagram @pontangjayaswimmingpool belum dikelola secara maksimal terbukti dari feed halaman yang masih acak dimana unggahan yang ditampilkan pada akun @pontangjayaswimmingpool tidak terkonsep secara bagus sehingga kurang menarik kalangan milenial. Penataan feed halaman instagram seharusnya perlu dilakukan

untuk lebih menarik minat kalangan milenial dalam berkunjung ke Dira *Swimming Pool* Ambulu.

Selain citra destinasi dan promosi, faktor kualitas pelayanan karyawan Dira *Swimming Pool* Ambulu yang kurang maksimal misalkan kebersihan ruang libas sehingga menyebabkan wisatawan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Kebersihan ruang libas yang kurang bersih diakibatkan adanya beberapa karyawan yang kurang bersungguh dalam bekerja misalnya terdapat beberapa karyawan Dira *Swimming Pool* Ambulu terlalu sibuk bermain *handphone* sehingga lalai terhadap pekerjaan yang dilakukan. Selain itu ketanggapan karyawan Dira *Swimming Pool* Ambulu masih tergolong kurang terlihat apabila terdapat beberapa pengunjung memerlukan bantuan karyawan Dira *Swimming Pool* Ambulu tidak direspon dengan cepat oleh karyawan Dira *Swimming Pool* Ambulu.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian Setyaningsih dan Murwatiningsih, (2017) menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi, promosi, dan citra destinasi maka dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yang akan berdampak pada kepuasan pengunjung. Penelitian Tri dan Imam, (2018) menunjukkan bahwa citra destinasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian Tresiya et al., (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Penelitian Malzatul, (2020) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Pada objek wisata Kapal Pltd Apung Banda Aceh. Penelitian Gustiana et al., (2020) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Gunung Dempo Pagar Alam Sumatera Selatan. Penelitian Ester et al., (2020) menunjukkan bahwa daya tarik wisata dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan, sedangkan variabel sarana wisata tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan wisatawan di Citra Niaga Samarinda. Penelitian Arianto dan Setiawan, (2020) menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh baik secara parsial ataupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Sustiyatik, (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Septian dan Saputra, (2020) menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Sukendar et al., (2021) menunjukkan bahwa atribut dan kualitas pelayanan agrowisata Taman Edelweis berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di tengah pandemi Covid-19.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas terhadap pentingnya citra destinasi, promosi, dan kualitas pelayanan dalam menjalankan suatu bisnis yang harus dimiliki seluruh pelaku bisnis, agar mengerti bagaimana cara menarik pelanggan,

memperkenalkan usaha, ataupun promosi. Penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui bagaimana cara Dira *Swimming Pool* menjalankan kewajiban-kewajiban seperti menaikkan citra destinasi, memperkenalkan wisata dengan promosi, dan meningkatkan kualitas pelayanan Sumber Daya Manusianya. Dari hasil pengamatan peneliti di Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu, peneliti memutuskan untuk melanjutkan penelitiannya guna mengetahui lebih dalam tentang citra destinasi, promosi, dan kualitas pelayanan. Wisata Air Dira *Swimming Pool* Ambulu, sehingga dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu?
- b. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu.
- b. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu.
- c. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengunjung Dira *Swimming Pool* Ambulu.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti
Penelitian ini dapat menambah pengalaman dan pengetahuan baru dalam hal menerapkan teori yang didapatkan, dan dapat membandingkan antara teori yang didapatkan dengan realita.
- b. Bagi Objek Penelitian
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai penelitian dan saran dalam mengambil sebuah keputusan atau kebijakan dalam meningkatkan potensi maupun eksistensi Dira *Swimming Pool* Ambulu.
- c. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.