

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen Pemasaran adalah suatu proses analisis, perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan program pemasaran yang didesain untuk menciptakan, mengembangkan, memelihara manfaat serta relasi antara perusahaan dan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan (Lontoh *et al.*, 2020). Menurut Kotler dalam (Butarbutar, 2020) Manajemen Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, kegiatan promosi, dan distribusi barang, jasa, dan gagasan dalam menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.

Industri Pariwisata di dunia khususnya di Indonesia dalam pertumbuhan dan perkembangannya terbilang sangat pesat. Hal tersebut terlihat pada pandangan masyarakat bahwa pariwisata sekarang bukan lagi menjadi suatu hal yang asing dan tabu. Kini pariwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang dapat dilakukan oleh masyarakat disemua kalangan yang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk berpergian atau berekreasi ke suatu daerah tujuan wisata guna meningkatkan kualitas hidupnya (Setiyorini *et al.*, 2018). Di era globalisasi sekarang ini, sektor pariwisata merupakan kekuatan terbesar dan terkuat dalam pembiayaan perekonomian global. Bahkan sektor pariwisata yang menjadi pendorong utama perekonomian dunia abad ke-21, dan menjadi salah satu industri utama dunia. Pariwisata menjadi sebuah pilihan yang tepat bagi individu untuk melepaskan rasa lelah dari berbagai aktivitasnya dan bisa menghabiskan waktu bersama keluarga dan teman. Pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan seseorang dari suatu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk liburan atau rekreasi. Menurut Yoeti (2013) menyatakan pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat lain dengan maksud bukan untuk usaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pemasaran pariwisata sangat diperlukan, karena dengan adanya pemasaran pariwisata menjadi dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menarik banyak wisatawan untuk datang berkunjung. (Lebu *et al.*, 2019)

Pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh pihak pengelola bisa juga menggunakan media sosial. Media sosial merupakan *platform* yang dapat memperlihatkan berbagai informasi. (Lontoh *et al.*, 2020) Media sosial menurut Shirky dalam Narullah (2015: 11) adalah alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan para penggunanya untuk berbagi, bekerjasama antara pengguna, dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Menurut Kotler dalam (Asikin *et al.*, 2019) Kualitas Pelayanan adalah hasil dari bentuk barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik itu terlihat maupun tak terlihat. Keinginan konsumen pada hakikatnya akan sama dengan pelayanan yang telah diterima dari perusahaan ke konsumen tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Hardina & Sudarusman, 2021) Lokasi meliputi aktivitas perusahaan dalam upaya untuk membuat produk yang dihasilkan bagi calon konsumen.

Penelitian tentang Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh peneliti terdahulu diantaranya Menurut penelitian (Krisnayani *et al.*, 2021) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik

Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Di Pantai Melasti, Bali” bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara media sosial dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik. Di dukung oleh penelitian (Setiyorini *et al.*, 2018) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial, *Word Of Mouth*, Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Obyek Wisata Gunung Beruk Karangpatihan Balong”. Hasil penelitiannya adalah promosi melalui media sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Penelitian tentang Kualitas Pelayanan oleh peneliti terdahulu menurut penelitian (Dayrobi & Raharjo, 2020) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Citra, Daya Tarik, Kualitas Pelayanan Obyek Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Wisatawan Eling Bening Kabupaten Semarang” bahwa Kualitas Pelayanan obyek wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Didukung oleh penelitian (Asikin *et al.*, 2019) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Pengunjung Kolam Renang Veteran Lumajang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Kolam Renang Veteran Lumajang. Penelitian tentang Lokasi oleh peneliti terdahulu menurut penelitian (Lebu *et al.*, 2019) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow” hasil dari uji t menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan menurut penelitian (Hardina & Sudarusman, 2021) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisata Taman Sari Di Yokyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari Yokyakarta.

Jember merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang berbatasan dengan Samudera Hindia dan cukup dikenal sebagai daerah pelopor yang mengadakan *Fashion carnival*-nya. Karnaval yang sudah dikenal disunia internasional tersebut mampu menarik banyak wisatawan untuk datang ke Jember. Namun selain itu Jember juga memiliki daya tarik wisata lain seperti berbagai destinasi wisata kolam renang yang tersebar di wilayah Jember. Kolam renang yang ada di Kabupaten Jember diantaranya ialah Dira Park Ambulu, Taman Botani Sukorambi, Pemandian Kebon Agung, Pemandian Rembangan, Tiara Park Waterboom, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian di Tiara park Waterboom Jember. Wisata ini yang berada di Jalan Kaliurang, Sumpersari, Krajan Barat, Sumpersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Wisata waterboom yang dimiliki oleh Ibu HJ. Elok Suhaini yang dibuka pada awal tahun 2011, dengan memiliki fasilitas 7 kolam renang dan puluhan *waterslide* juga dilengkapi *outbound* yang menarik para pengunjung untuk bermain. Fasilitas tempat wisata dapat memberikan kenyamanan yang dirasakan pengunjung sehingga dapat membuat keputusan untuk datang berkunjung. Dari wawancara yang dilakukan penulis bersama Bapak Yanuar selaku *manager* di Wisata Tiara Park Waterboom Jember memperoleh data pengunjung selama 5 (lima) tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Tiara Park Waterboom Jember

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	55.000
2019	60.543
2020	12.658
2021	46.343
2022	50.259
Jumlah	224.803

Sumber : Tiara Park Waterboom Jember 2022

Dapat dilihat dari tabel jumlah pengunjung dari hasil wawancara penulis dengan *Manager* Tiara Park Waterboom Jember yaitu Bapak Yanuar, bahwa pada tahun 2020 jumlah pengunjung sangat turun drastis dikarenakan adanya pandemi *covid-19* yang dimana semua sektor wisata tutup/tidak beroperasi dan di akhir tahun 2020 beroperasi kembali dengan ketentuan pemerintah dan harus mematuhi protokol kesehatan. Pada tahun 2021 terlihat jumlah pengunjung sudah mulai meningkat. Untuk meningkatkan pengunjung, *team marketing* wisata ini mempromosikannya melalui media sosial. Oleh karena itu, promosi pemasaran melalui media sosial juga sangat diperlukan untuk menarik para pengunjung, dengan perkembangan zaman sekarang promosi *online* merupakan promosi paling efektif untuk dilakukan. *Team Marketing* Tiara Park Waterboom Jember mempromosikan wisata ini melalui media sosial dengan akun instagram @tiarajemberparkwaterboom tidak hanya instagram wisata ini juga memiliki akun facebook @Wisata Tiara Jember Park Waterboom dan juga memiliki akun Tiktok @tiarajemberparkwaterboom.

Selain pemasaran melalui media sosial, para pengunjung juga sangat memperhatikan lokasi atau tempat yang strategis. Maka dari itu, lokasi wisata ini cukup mudah untuk dikunjungi karena masih berada di kawasan dekat dengan pusat Kota Jember dan masih berada dalam lingkungan mahasiswa karena berdekatan dengan kampus. Objek wisata Tiara Park memiliki banyak keunggulan dan kemudahan dibandingkan dengan objek wisata air sejenis. Tiara Park memiliki 7 kolam renang dengan berbagai macam kedalaman, mulai dari kolam anak-anak hingga kolam dewasa dengan kedalaman 2M. Memiliki fasilitas penunjang seperti seluncuran, kolam air tumpah, kolam air mancur, kolam busa, dan banyak lagi permainan yang disuguhkan disana seperti arena permainan anak panah, arena *outdoor playground*, mini bioskop, dan permainan ATV. Tiket masuk pada wisata ini yaitu pada *Weekdays* adalah Rp.15.000 dan Rp. 20.000 pada *Weekend*. Pelayanan pada wisata ini juga sangat baik dikarenakan sangat antusias kepada pengunjung dan sangat memperhatikan kenyamanan pengunjungnya. Dapat dibuktikan bahwa penulis juga sempat berkunjung di wisata ini. Karena, kualitas pelayanan juga menjadi sumber utama dalam keputusan berkunjung.

Menurut Bapak Yanuar selaku *Manager* di wisata tersebut kendala yang dialami adalah dengan adanya kompetitor-kompetitor baru atau wisata-wisata baru yang bermunculan setiap tahunnya di Kabupaten Jember. Oleh karena itu, otomatis mempengaruhi jumlah *Traffic* pengunjung dalam setiap tahunnya. Berikut beberapa pesaing wisata air yang ada di Kabupaten Jember.

Tabel 1.2 Pesaing Wisata Air di Kabupaten Jember

No	Nama Objek Wisata	Alamat
1.	Dira Park Ambulu	Jl. Kota Blater No. KM. 4, Watukebo, Andongsari, Kec. Ambulu, Kabupaten Jember
2.	Taman Botani Sukorambi	Jl. Mujahir, Krajan, Sukorambi, Kec. Sukorambi, Kabupaten Jember
3.	Pemandian Kebon Agung	Gebang Taman, Kb Agung, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember
4.	Pemandian Rembangan	Jl. Rembangan

Sumber : <https://www.tripjalanjalan.com/kolam-renang-di-jember/>

Berdasarkan dari tabel 1.2 bahwa dikabupaten jember banyak tempat wisata air yang menjadi pesaing dari wisata Tiara Park, oleh karena itu para pihak *manager* dan karyawan wisata Tiara Park tersebut harus lebih pintar untuk meningkatkan daya tarik agar diminati para pengunjung, seiring berjalannya waktu, minat masyarakat akan tempat wisata semakin besar dikarenakan sangat dibutuhkannya tempat *refreshing* serta ketertarikan akan tempat wisata tersebut. Salah satu destinasi wisata Tiara Park adalah objek wisata yang menawarkan kegiatan-kegiatan petualangan air beserta fasilitas yang memadai.

Dilihat dari permasalahan tentang pemasaran Wisata Tiara Park Waterboom Jember melalui media sosial ialah kurang aktif ketika berpromosi diberbagai media sosial. Pihak *marketing* pada Wisata Tiara Park Waterboom Jember hanya dominan mempromosikan Wisata Tiara Park Waterboom Jember melalui aplikasi instagram saja, dan pada media sosial seperti facebook dan Tiktok tidak digunakan. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak marketing Wisata Tiara Park kurang kreatif dalam mengelola media sosial instagramnya terutama pada pengambilan foto dan video saat diposting di *Feed* atau *Intagram Story*. Saat ini, pemasaran melalui Tiktok juga banyak dilakukan dikarenakan pada aplikasi tiktok ada fitur yang bernama *FYP (For Your Page)* dan merujuk kehalaman di Tiktok yang menampilkan rekomendasi video untuk tiap akun, oleh karena itu memudahkan para pengguna media sosial Tiktok untuk mengetahui Wisata Tiara Park Waterboom Jember. Kualitas pelayanan juga menjadi hal yang sangat berperan penting pada keputusan wisatawan untuk berkunjung pada wisata. Kualitas pelayanan yang ada di Wisata Tiara Park ini cukup baik dalam melayani para pengunjung. Para karyawan yang bekerja di Tiara park juga sigap dalam menyikapi kebutuhan pengunjung ketika pengunjung membutuhkan matras yang akan digunakan pada seluncuran kolam tersebut. Dan untuk permasalahan yang lain ialah para karyawan juga kurang memperhatikan kondisi kebersihan disekitar kolam yaitu, seperti air kolam yang seharusnya dibersihkan agar tidak ada daun daun ditengah kolam dan rumput-rumput liar yang berada disekitaran area wisata karena akan mempengaruhi kenyamanan para wisatawan. Untuk menjalankan kegiatan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi pada wisata ini berada di Jalan Kaliurang, Sumbersari, Krajan Barat, Kabupaten Jember, Jawa timur. Berada di lokasi yang tidak terlalu cukup jauh dari Pusat Kota Jember dan masih berada di kawasan Kampus. Wisata Waterboom ini berada di lokasi yang strategis mudah dikunjungi karena sudah tersedia di *Google Maps* untuk memudahkan

para calon wisatawan yang akan berkunjung pada Wisata Waterboom tersebut. Permasalahan pada lokasi selanjutnya ialah lokasi parkir, pada area parkir mobil tempatnya kurang bersih dan banyak rumput-rumput liar yang masih belum dirapikan, dan banyak ranting pohon kering yang seharusnya dibersihkan agar tidak membahayakan mobil pengunjung yang sedang diparkir.

Pemasaran melalui media sosial, pemberian kualitas layanan, dan dilihat dari lokasi wisata yang baik, akan dapat berpengaruh terhadap keputusan dari konsumen yang datang berkunjung ke Tiara Park Waterboom Jember. Sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan wisata ini akan lebih dikenal oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat luar. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Tiara Park Waterboom Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut penelitian (Krisnayani et al., 2021) bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara media sosial dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan domestik. Penelitian tentang Kualitas Pelayanan oleh peneliti terdahulu menurut penelitian (Dayrobi & Raharjo, 2020), bahwa Kualitas Pelayanan obyek wisata berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Penelitian tentang Lokasi oleh peneliti terdahulu menurut penelitian (Lebu et al., 2019), hasil dari uji t menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Sedangkan menurut penelitian (Hardina & Sudarusman, 2021), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung Wisata Taman Sari Yogyakarta.

Dilihat dari permasalahan tentang pemasaran Wisata Tiara Park Waterboom Jember melalui media sosial ialah kurang aktif ketika berpromosi diberbagai media sosial. Pihak *marketing* pada Wisata Tiara Park Waterboom Jember hanya dominan mempromosikan Wisata Tiara Park Waterboom Jember melalui aplikasi instagram saja, dan pada media sosial seperti facebook dan Tiktok tidak digunakan. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak *marketing* Wisata Tiara Park kurang kreatif dalam mengelola media sosial instagramnya terutama pada pengambilan foto dan video saat diposting di *Feed* atau *Intagram Story*. Kualitas pelayanan juga menjadi hal yang sangat berperan penting pada keputusan wisatawan untuk berkunjung pada wisata. Kualitas pelayanan yang ada di Wisata Tiara Park ini cukup baik dalam melayani para pengunjung. Para karyawan yang bekerja di Tiara park juga sigap dalam menyikapi kebutuhan pengunjung ketika pengunjung membutuhkan matras yang akan digunakan pada seluncuran kolam tersebut. Dan untuk permasalahan yang lain ialah para karyawan juga kurang memperhatikan kondisi kebersihan disekitar kolam yaitu, seperti air kolam yang seharusnya dibersihkan agar tidak ada daun daun ditengah kolam dan rumput-rumput liar yang berada disekitaran area wisata karena akan mempengaruhi kenyamanan para wisatawan. Permasalahan pada lokasi selanjutnya ialah lokasi parkir, pada area parkir mobil tempatnya kurang bersih dan banyak rumput-rumput liar yang masih belum dirapikan, dan banyak ranting pohon kering yang seharusnya dibersihkan agar tidak membahayakan mobil pengunjung yang sedang diparkir.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung pada Tiara Park Waterboom Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dari peneliti ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis
Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sama, sehingga dengan penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai referensi atau titik tolak tambahan bila di adakan penelitian lebih lanjut khususnya bagi pihak yang ingin mempelajari mengenai pengaruh media sosial, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Pihak Organisasi
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan berkaitan dengan pengaruh media sosial, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung.
 - b. Bagi Pihak Akademis
Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dibidang manajemen, khususnya dalam keputusan berkunjung.
 - c. Bagi Pihak Lain
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang mengadapi masalah serupa.