

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Industri pariwisata memegang peranan signifikan dalam perekonomian suatu negara. Melalui sektor ini, pemerintah daerah tempat destinasi wisata berada dapat memperoleh pendapatan dari kunjungan wisatawan. Sayangnya, dampak pandemi Covid-19 yang melanda seluruh negara memberi tantangan serius terhadap sektor pariwisata di seluruh dunia. Dampak tersebut turut dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Buleleng, yang merupakan salah satu daerah di Provinsi Bali dengan sektor pariwisata yang tidak kalah menarik dari daerah-daerah lain di Bali. Contoh objek wisata yang menjadi daya tarik utama di Buleleng ialah Air Sanih, terletak di Jalan Raya Air Sanih, Desa Sanih, Kecamatan Kubutambahan, Kabupaten Buleleng. Sebelum masa pandemi, objek wisata kolam berenang ini terkenal karena keindahan mata air alaminya, menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Meskipun kasus Covid-19 sudah mengalami penurunan, dampaknya masih terasa terhadap minat kunjung wisatawan ke Air Sanih. Oleh karena itu, pihak pemerintah dan pengelola objek wisata Air Sanih perlu mengambil berbagai langkah untuk memulihkan jumlah pengunjung setelah ditutup secara umum pada tahun 2019. Penutupan sementara tersebut telah berdampak pada penurunan jumlah pengunjung, meskipun tidak secara drastis, namun perbandingannya dengan jumlah pengunjung sebelumnya sangat

signifikan. Upaya-upaya perbaikan diperlukan untuk memulihkan daya tarik dan kepercayaan wisatawan dalam mengunjungi Air Sanih. Dengan saat ini telah memasuki masa endemi, menjadi sangat penting bagi pengelola wisata untuk meningkatkan minat kunjungan. Hasil pra-survey terhadap sepuluh orang secara acak menunjukkan bahwa delapan dari mereka lebih memilih objek wisata Air Sanih daripada objek wisata air panas alami dan air terjun di daerah Buleleng. Pilihan ini disebabkan oleh kandungan mineral yang tinggi di Air Sanih, harga tiket masuk yang lebih terjangkau dibandingkan dengan pesaingnya seperti air panas Banjar, dan pemandangan eksotis karena lokasinya menghadap langsung ke pantai. Maka dari itu, kajian lebih lanjut perlu dilaksanakan untuk memahami dengan lebih mendalam mengenai minat kunjungan wisatawan ke objek wisata Air Sanih. Meskipun objek wisata Air Sanih menyediakan aneka fasilitas, seperti kolam untuk anak-anak, tempat bermain anak, kamar ganti, dan bilas, namun permasalahan yang muncul terkait dengan kualitas pelayanan menjadi sorotan utama. Beberapa ulasan menunjukkan keluhan terkait kebersihan lingkungan objek wisata, yang dapat mengurangi kepuasan wisatawan dan bahkan telah dikonfirmasi oleh beberapa ulasan tempat wisata lainnya. Kualitas pelayanan dari sisi kepekaan pengelola juga mendapatkan penilaian buruk terkait peristiwa tenggelamnya pelajar SMP di kolam Air Sanih pada tanggal 15 Januari 2023 silam. Kejadian tersebut diduga akan berdampak negatif terhadap minat kunjungan wisatawan karena adanya liputan negatif yang mencuat. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung mencakup keputusan konsumen untuk menentukan atau menetapkan pilihan untuk datang berkunjung ke destinasi wisata, berlandaskan pada pengalaman yang diperoleh selama berwisata. Menurut

Moore (2012), faktor-faktor utama yang berpengaruh pada minat untuk kembali berkunjung ke suatu lokasi melibatkan tingkat kepuasan selama kunjungan, motif tertentu yang mendorong pemilihan tujuan wisata, dan kedalaman rasa cinta wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi. Upaya yang bisa dilaksanakan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi agar menarik minat masyarakat untuk berkunjung ke Air Sanih. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ariska (2017) yang memperoleh temuan bahwasanya kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung. Berlandaskan pada observasi awal, peneliti mendapatkan data berupa banyaknya kunjungan wisatawan ke objek wisata Air Sanih pada tahun 2022 seperti pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	2.985
Februari	1.387
Maret	3.466
April	1.923
Mei	7.066
Juni	7.092
Juli	2.886
Agustus	1.621
September	2.063
Oktober	2.005
November	1.669
Desember	2.573

Menurut Ketut Sumenasa selaku pengurus objek wisata Air Sanih mengatakan bahwa jumlah pengunjung tiap bulannya tidak dapat diprediksi namun beliau menyebutkan bahwa objek wisata selalu ramai ketika hari libur nasional maupun libur hari raya.

Dengan terus bertambahnya minat pengunjung yang konsisten dalam melakukan kunjungan, pihak pengelola berharap dapat mencapai pendapatan optimal sebagai salah satu tujuan utama dalam menjaga keberlanjutan usaha. Dalam mencapai tujuan tersebut pengelola objek wisata Air Sanih perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang dijadikan andalan pengelola dalam mempertahankan daya tarik pengunjung. Salah satu langkah untuk menarik minat berkunjung ialah melalui memberi kualitas pelayanan untuk pelanggan dengan semaksimal mungkin (Kotler, 2003). Minat kunjung muncul ketika pengalaman pelanggan didasarkan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka menjadi penentu utama dalam pembentukan minat kunjung (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008). Pelayanan yang unggul adalah pandangan pelanggan merasa puas ketika bertransaksi karena kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi dengan baik. Di Air Sanih sendiri kualitas pelayanan yang diberikan masih tergolong rendah pasalnya ada beberapa hal yang mesti lebih untuk diperhatikan seperti kebersihan toilet, kebersihan lingkungan, serta fasilitas yang harus ditingkatkan seperti ban renang yang jumlahnya terbatas harus ditambah jumlahnya serta pengelola juga dapat menambahkan beberapa wahana air yang dapat menambah daya tarik wisatawan seperti perosotan dan air mancur. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian Ariska (2017) yang memperoleh hasil kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat berkunjung. Akan tetapi berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Ramadhan (2017) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Di samping kualitas pelayanan, keberadaan suatu acara promosi yang dijalankan oleh perusahaan dapat lebih meningkatkan minat kunjungan dan mengundang ketertarikan pelanggan untuk memanfaatkan kembali layanan atau produk yang disediakan oleh perusahaan. Sejauh ini Air Sanih masih belum banyak dikenal masyarakat Bali, masyarakat mengetahui objek wisata Air Sanih hanya dari mulut ke mulut saja belum terdapat promosi lain yang diupayakan, hal ini mengakibatkan terbatasnya masyarakat yang mengetahui objek wisata Air Sanih. Upaya yang dapat dilakukan pihak pengelola Air Sanih dalam meningkatkan pelayanan yaitu dengan memberikan fasilitas yang baik, memberikan perhatian lebih kepada pengunjung, serta mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen. Fenomena yang terjadi saat ini yaitu banyaknya muncul pesaing dalam usaha yang sama. Sehingga dalam menanggapi hal ini pelaku usaha dituntut untuk lebih inovatif dalam melakukan pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan adalah kegiatan promosi. Promosi dianggap sebagai upaya komunikasi antara konsumen dan penjual, berfungsi sebagai inisiatif yang mendukung pengambilan keputusan di bidang pemasaran. Selain itu, promosi juga bertujuan untuk membimbing dan memberi kesadaran kepada semua pihak agar dapat berperforma lebih optimal dalam konteks pemasaran. Sedangkan Laksana (2019) menjelaskan bahwa promosi merupakan wujud interaksi antara penjual dan pembeli, sesuai dengan informasi yang relevan dengan tujuan mempengaruhi perilaku serta sikap pembeli. Melalui promosi yang efektif, calon pelanggan yang sebelumnya tidak memiliki pengetahuan akan suatu produk akan menjadi mengenal, bahkan berpotensi menjadi pembeli, serta tetap ingat dengan produk tersebut. Swastha (2001) menjelaskan melalui pendekatan

promosi yang tepat, minat pelanggan dapat ditingkatkan secara signifikan. Sebagai objek wisata ada beberapa cara yang dapat dilakukan pihak pengelola Air Sanih untuk menarik minat masyarakat. Metode lain yang dapat ditempuh melibatkan kerja sama dengan perusahaan atau instansi terkait. Dalam konteks ini, strategi tersebut dapat diwujudkan melalui pelaksanaan kegiatan promosi bersama dengan perusahaan di bidang tour dan travel, perhotelan, serta instansi terkait lainnya. Kolaborasi ini dapat terjadi melalui berbagai aktivitas promosi yang dilaksanakan secara kolaboratif dengan pihak-pihak terkait. Sumbangan informasi tentang destinasi wisata dapat ditambahkan oleh instansi terkait pada materi promosi yang mereka hasilkan, memperluas jangkauan informasi yang disampaikan kepada masyarakat. Selain itu, strategi promosi dapat ditingkatkan dengan pembuatan situs web dan pemanfaatan media sosial. Di era modern ini, pengelola tempat wisata dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan upaya promosi. Membangun situs web khusus untuk tempat wisata menjadi suatu langkah penting. Saat ini, mengandalkan promosi konvensional sudah tidak lagi cukup efektif. Internet telah menjadi sarana utama untuk mempromosikan tempat wisata. Oleh karena itu, pengelola tempat wisata disarankan untuk memiliki situs web yang informatif dan representatif, karena hal ini masih sering diabaikan meskipun memiliki dampak yang signifikan. Banyak situs web yang mengulas tentang destinasi pariwisata di berbagai daerah hanya hadir begitu saja dan tidak diperbarui secara teratur. Padahal, situs web tersebut memiliki peran penting sebagai salah satu sumber utama referensi bagi wisatawan domestik dan internasional sebelum mereka memutuskan tujuan wisata mereka. Pernyataan diatas sejalan dengan hasil penelitian Satria (2017) yang mengemukakan

bahwasanya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian Cahyani, dkk (2020) yang memperoleh temuan bahwasanya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung.

Dari pemaparan latar belakang masalah, penulis merasa perlu untuk melaksanakan kajian lebih lanjut mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Buleleng Mengunjungi Objek Wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan”.

1.2 Identifikasi Masalah

Selaras dengan uraian latar belakang, adapun permasalahan yang berhasil diidentifikasi meliputi:

1. Dampak dari COVID-19 menyebabkan sektor pariwisata mengalami penurunan yang sangat dratis.
2. Banyaknya tempat wisata baru membuat objek wisata Air Sanih menjadi kurang diminati masyarakat.
3. Kurangnya fasilitas wahana air seperti perosotan dan pancoran mengurangi minat masyarakat berkunjung ke Air Sanih.
4. Sarana promosi yang kurang memadai membuat Air Sanih kurang dikenal masyarakat Bali.

1.3 Pembatasan Masalah

Selaras dengan identifikasi permasalahan tersebut, sejumlah pembatasan permasalahan pada kajian ini meliputi:

1. Permasalahan yang dikaji terbatas pada kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat.
2. Penghimpunan data hanya dilaksanakan di kepada pengunjung objek wisata Air Sanih.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Selaras dengan latar belakang yang sudah dipaparkan, rumusan permasalahan dalam kajian ini meliputi:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap promosi masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan yang dimediasi oleh promosi?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap promosi masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan melalui promosi sebagai pemediasi?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai pada kajian ini ialah untuk:

1. Menguji kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan.
2. Menguji kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan

3. Menguji kualitas pelayanan terhadap promosi masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan.
4. Menguji kualitas pelayanan terhadap promosi masyarakat Buleleng mengunjungi objek wisata Air Sanih Kecamatan Kubutambahan yang dimediasi oleh promosi.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Temuan dari kajian ini harapannya bisa memberikan sejumlah manfaat meliputi.

1. Manfaat Teoritis

Temuan dari kajian ini harapannya bisa menjadi sumber pengetahuan pada kegiatan mengembangkan ilmu bidang manajemen pemasaran yang mengkhusus mengenai kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat berkunjung.

2. Manfaat Praktis

Temuan dari kajian ini harapannya bisa dipergunakan oleh pihak perusahaan selaku landasan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pemasaran khususnya menentukan kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat berkunjung.