

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu tren masa kini yang meningkat pesat dan dianggap sebagai suatu bisnis yang menjanjikan karena pariwisata memberikan banyak manfaat baik dari segi ekonomi, budaya, lingkungan, ilmu pengetahuan, dan lain sebagainya. Menjadi sektor bisnis yang menguntungkan membuat pariwisata sangat sensitif terhadap perubahan baik secara internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata pada suatu negara, provinsi, maupun daerah. Indonesia yang kaya akan keanekaragaman budaya dan keindahan alam sangat berpotensi dalam mengembangkan sektor pariwisata disamping itu juga, peluang ini juga timbul dari pandangan masyarakat akan pariwisata tidak asing dan tabu untuk dilakukan, hingga kini pariwisata menjadi sebuah kebutuhan dan keinginan yang merupakan bagian dari *lifestyle* (gaya hidup) masyarakat.

Berdasarkan pada data jumlah kunjungan wisata asing ke Indonesia yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2023) disimpulkan bahwa Bali merupakan penyumbang lebih dari sepertiga jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia setiap tahun. Alam, adat dan budaya menjadi faktor utama yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke Bali. Sebagai poros dari perekonomian menjadikan Bali memiliki berbagai destinasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan domestik maupun mancanegara.

Tabanan merupakan satu dari tujuh Kabupaten yang ada di Provinsi Bali dan menjadi salah satu dari pusat pengembangan kepariwisataan Bali bagian selatan. Mempunyai ekosistem pegunungan, danau, lembah, dataran rendah, pesisir dan laut yang menjadikan kabupaten ini sebagai tempat wisata untuk menikmati panorama yang indah dan alami. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten/Kota bahwa jumlah daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan tahun 2022 yakni berjumlah 24 daerah tempat wisata yang terdiri dari 18 daerah tempat wisata alam, 4 daerah wisata budaya dan 2 daerah wisata buatan. Beberapa yang daya tarik wisata tersebut yaitu Kebun Raya Eka Cipta, Ulun Danau Beratan, Jatiluwih, Bedugul, Tanah Lot, Areal Batukaru hingga destinasi bumi perkemahan dengan panorama alam yang sejuk dan indah. Adapun wisata bumi perkemahan yang ada di Kabupaten Tabanan yaitu bumi perkemahan Danau Buyan, Bali *Strawberry Camp*, Catur *Camp* Beratan, ECO Bedugul *Adventurer Camp*, *Bushcraft Bali Shelter*, *Nature Camp* Bedugul, Bukit Kahyangan, dan Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill*.

Berdasarkan situs resmi Kemenparekraf/Baparekraf (2023), bangkitnya sektor pariwisata pascapandemi COVID-19, menciptakan tren berwisata yang berbeda yakni wisata berbasis NEWA. NEWA adalah konsep berwisata yang mengutamakan *Nature*, *Eco-tourism*, *Wellness tourism*, dan *Adventure tourism*. Munculnya tren pariwisata berbasis NEWA menciptakan inovasi baru pada industri akomodasi penginapan yaitu glamping (*glamorous camping*) yang berhasil menarik banyak wisatawan. Mengutip dari Buku Tren Industri Pariwisata 2022-2023, 45,9% wisatawan lebih memilih glamping sedangkan 24,7% wisata lainnya memilih menginap di *resort*. Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* merupakan salah satu usaha akomodasi yang menawarkan penginapan yang mengusung konsep NEWA dengan

bermalam di glamping atau berkemah di sebuah tenda. Lokasi yang terletak di dataran tinggi dan dikelilingi oleh perbukitan menjadi daya tarik tersendiri dari objek wisata ini. Tabel 1.1 menyajikan jumlah pengunjung wisata bumi perkemahan *Ojean Bali Hill* Tahun 2023.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Bumi Perkemahan *Ojean Bali Hill* Tahun 2023

Bulan	Pengunjung (orang)	Target	Persentase (%)
Januari	132	125	105
Februari	90	125	72
Maret	101	125	80
April	74	125	59
Mei	150	125	52
Juni	144	125	115
Juli	120	125	96
Agustus	130	125	104
September	85	125	68
Oktober	142	125	113
November	83	125	66
Desember	255	125	204

Sumber: Bumi Perkemahan *Ojean Bali Hill*, 2024

Berdasarkan Tabel 1.1, diketahui bahwa Bumi Perkemahan *Ojean Bali Hill* menargetkan 125 pengunjung disetiap bulannya. Data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung bumi perkemahan *Ojean Bali Hill* tidak stabil tiap bulannya hal ini disebabkan karena target jumlah kunjungan yang ditetapkan pihak pengelola tidak terpenuhi pada bulan Februari, Maret, April Juli, September, dan November.

Berkembangnya suatu destinasi wisata ditentukan dari banyak atau tidaknya pengunjung yang datang ke destinasi tersebut. Semakin banyak tingkat kunjungan maka semakin berkembang destinasi tersebut. Oleh sebab itu tingkat kunjungan merupakan hal yang sangat penting dalam industri pariwisata sehingga kunjungan kembali dan niat berkunjung kembali dianggap sebagai isu penting yang perlu

diperhatikan oleh para pemasar destinasi wisata. *Revisit intention* atau niat berkunjung kembali terjadi ketika pengunjung telah memperoleh kesan yang baik dari perjalanan wisata yang dilakukan sehingga membentuk keinginan untuk berkunjung kembali pada periode waktu tertentu.

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi niat konsumen untuk berkunjung kembali. Menurut Kotler & Keller (2018) terdapat beberapa faktor utama yang memengaruhi niat seseorang melakukan kunjungan ulang yaitu faktor psikologis, pribadi dan sosial, harga, citra merek, lokasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Pada penelitian yang dilakukan oleh Trius *et al.*, (2023), niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh pengalaman perjalanan, citra destinasi, dan kepercayaan destinasi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Jiwandono & Kusumawati (2020), niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh *electronic word of mouth* melalui *attitude, subjective norms, dan perceived behavior control*. Penelitian yang dilakukan oleh Ryani & Soesanto (2021) faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali yaitu atribut fisik, interaksi dengan pelanggan, interaksi dengan karyawan, dan kepuasan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Cahyanti *et al* (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan atribut destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang memengaruhi niat berkunjung kembali. Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas pelayanan dan citra destinasi, sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Manyangara *et al* (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai macam penafsiran. Namun secara umum kualitas diartikan sebagai cerminan semua dimensi penawaran produk/jasa yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya sehingga diharapkan mampu mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Persepsi kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan niat berkunjung kembali. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi tendensi pengunjung untuk merencanakan kunjungan ulang. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh destinasi wisata maka semakin besar kemungkinan pelanggan puas dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang baik membuat pelanggan akan cenderung merasa lebih diperhatikan dan dihargai. Pada dasarnya, hal ini akan berpeluang dalam mengajak para pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan tempat wisata ke pengunjung lain. Sebaliknya, pelayanan yang buruk atau kurang memuaskan dapat menyebabkan kekecewaan pengunjung yang berujung pada keinginan untuk tidak berkunjung kembali atau bahkan memberikan komentar negatif kepada calon pengunjung lain. Kemudian, rasa keterikatan yang tinggi dapat meningkatkan niat berkunjung kembali yang mengarah pada niat pembelian yang lebih tinggi. Semakin besar keterikatan yang dimiliki pengunjung terhadap destinasi, maka semakin sering pula keinginan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut. Oleh sebab itu, tempat wisata yang berfokus pada pelayanan yang unggul memberikan dampak positif tidak hanya terkait dengan kepuasan pengunjung namun juga berkaitan dengan perkembangan bisnis jangka panjang.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Naibaho & Hariyanto (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nastabiq & Soesanto (2021) menjelaskan dalam penelitiannya terdapat pengaruh kualitas pelayanan destinasi terhadap niat berkunjung kembali. Hasil yang sama juga didapatkan dari beberapa penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali (Cahyanti *et al.*, 2020; Ginting & Winata, 2023; Manullang *et al.*, 2021; Rahmayanti *et al.*, 2022; Septianing & Farida, 2021). Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alvianna *et al* (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Dalam pasar pariwisata sebagai destinasi, citra sangat membantu memberikan gambaran sebagai ekspresi, gagasan, ekspektasi dan emosi yang spesifik. Citra destinasi mempunyai peranan penting bagi wisatawan dalam memilih kunjungannya. Kunjungan kembali merujuk pada kemungkinan yang dirasakan pengunjung untuk mengunjungi kembali suatu tempat wisata yang dirasa mengesankan selama periode waktu tertentu sehingga persepsi subjektif terhadap suatu tempat dapat memengaruhi perilaku keputusan akhir konsumen. Citra destinasi yang positif akan mendorong wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi, sedangkan citra destinasi yang negatif akan menghambat wisatawan untuk berkunjung kembali pada destinasi yang sama.

Beberapa penelitian sebelumnya menguji hubungan antara citra destinasi dan niat berkunjung kembali yang mana hasilnya menunjukkan bahwa citra destinasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira *et al* (2022) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Trius *et al* (2023) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Hasil yang sama juga didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Maria, dkk 2024; Luvsandavaajav *et al.*, 2022; Maharani, dkk 2023; Foster & Sidharta 2021) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Lee & Allen (1999) dalam Satriawan *et al* (2022) menyatakan bahwa keseluruhan citra destinasi paling dominan berpengaruh terhadap pemilihan suatu tujuan destinasi wisata dan perilaku selama perjalanan. Hal ini mengartikan bahwa citra suatu destinasi sangat berperan dalam bidang pariwisata yang dijadikan sebagai sebuah dasar bagi para pengunjung dalam proses pengambilan keputusan terkait destinasi yang akan dituju. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmania (2022) dan Wantara & Irawati (2021) yang menyatakan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Suatu objek wisata dapat dikatakan berhasil apabila dapat memberikan jasa atau pengalaman sesuai dengan harapan wisatawan dengan demikian diperkirakan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* berusaha untuk meningkatkan ditengah banyaknya persaingan pada bisnis sejenis. Peningkatan mutu, layanan dan pengelolaannya. Mutu, layanan dan, pengelolaan Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* dilakukan dengan cara penilaian mandiri atau evaluasi diri. Aspek produk terdiri dari unsur lahan, area perkemahan (*camping ground*), dan fasilitas penunjang. Aspek pelayanan terdiri dari unsur pelaksanaan

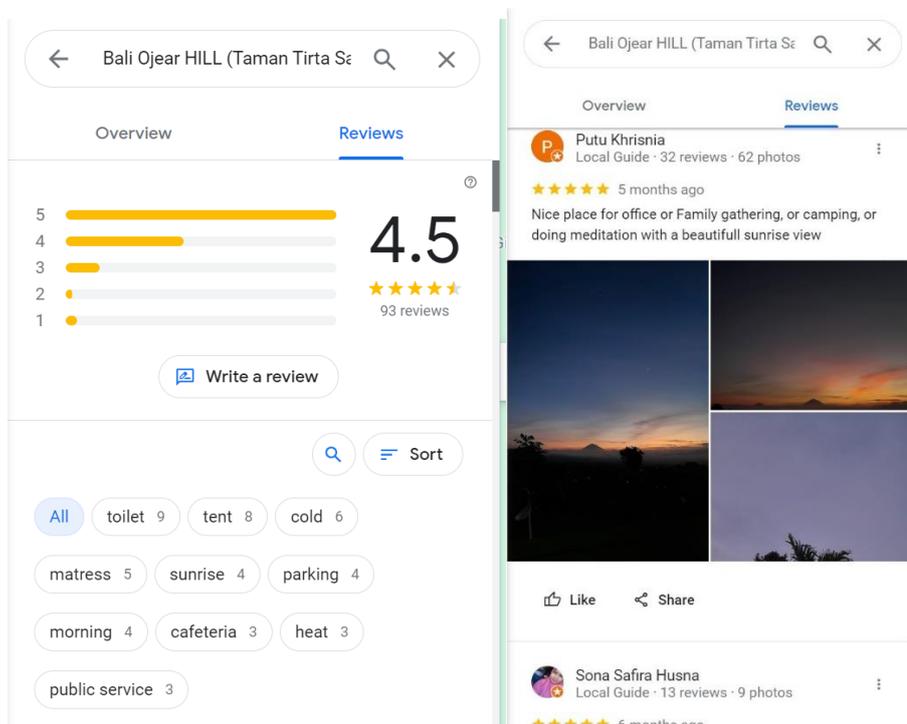
prosedur operasional standar (*standar operating procedure*) dan pelayanan lainnya. Aspek pengelolaan terdiri dari unsur organisasi, manajemen, sumber daya manusia, serta sarana dan prasarana.

Berdasarkan hasil survey dan wawancara yang telah dilakukan, pada aspek produk Bumi Perkemahan Ojear Bali Hill mempunyai lahan 1,5 Ha dengan kontur lahan yang stabil. Berada di dataran tinggi dengan kondisi area yang bersih, aman, nyaman dan terawat. Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* juga memiliki tata letak penempatan tenda (*camping ground*) dan glamping yang berbeda dengan petunjuk arah yang jelas. Fasilitas penunjang yang lengkap meliputi parkir yang luas, bersih dan terawat. Terdapat kantin dengan berbagai menu makanan, ruang terbuka hijau, area bermain yang luas, tempat pertemuan berupa pendopo, perlengkapan dan peralatan BBQ, perlengkapan dan peralatan sound system, kamar mandi dan toilet yang bersih dan terawat dan tempat sampah pada beberapa lokasi.

Aspek pelayanan Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* meliputi ketersediaan informasi mengenai produk, harga, pembayaran, nomor telepon penting, dan *guide map*. Terdapat layanan pelaksanaan reservasi dan pendaftaran pengunjung, penanganan *check in – check out*, pelaksanaan pembayaran berupa DP (*down payment*) dan pelunasan, pemeliharaan fasilitas dan lingkungan serta penanganan keluhan pengunjung. Pada aspek pengelolaan Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* sudah memiliki profil struktur organisasi, uraian tugas dan fungsi dari setiap jabatan struktural, dan terdapat program kebersihan, perawatan dan keamanan lingkungan.

Selain berupaya meningkatkan mutu, layanan dan pengelolaan, Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* juga berupaya untuk membangun citra destinasi yang positif melalui kegiatan promosi yang baik agar karakteristik destinasi dapat

tersampaikan dengan jelas kepada pengunjunnya. Keberhasilan membangun citra destinasi yang positif oleh Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* dapat dilihat dari jumlah rating dan ulasan oleh pengunjung pada layanan Google *Review* seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1
Ulasan Pengunjung Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill*

Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* sudah mampu meningkatkan mutu, layanan, dan pengelolaan tempat wisata serta membangun citra destinasi yang positif dari pengunjung. Menurut Manyangara *et al* (2023) kualitas layanan dan citra destinasi merupakan faktor utama yang memengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada destinasi wisata yang sama, sehingga semakin bagus kualitas pelayanan dan citra destinasi maka semakin kuat niat untuk berkunjung kembali. Namun hal ini tidak sejalan dengan fakta dilapangan, yang mana jumlah kunjungan ke Bumi Perkemahan *Ojear Bali Hill* tidak stabil dan tidak memenuhi target yang ditetapkan meskipun seperti yang tertera pada Tabel 1.1.

Berdasarkan perbedaan antara teori dengan fakta dilapangan serta kesenjangan penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali yang memperlihatkan hasil yang tidak konsisten pada hubungan antar variabel. Maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul penelitian: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali pada Bumi Perkemahan Ojear Bali Hill”**.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat diidentifikasi permasalahannya, yaitu sebagai berikut.

1. Tidak stabilnya jumlah pengunjung bumi perkemahan Ojear Bali Hill Tahun 2023 dikarenakan terjadinya penurunan dan kenaikan yang signifikan sehingga target jumlah kunjungan tidak terpenuhi pada bulan-bulan tertentu.
2. Adanya kesenjangan antara teori dengan fakta di lapangan.
3. Adanya gap/kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis melakukan pembatasan masalah dengan memfokuskan penelitian sebagai berikut.

1. Variabel penelitian hanya terdiri dari tiga variabel yaitu kualitas pelayanan dan citra destinasi sebagai variabel bebas, dan niat berkunjung kembali sebagai variabel terikat.

2. Penelitian ini dilakukan pada wisata Bumi Perkemahan *Ojean Bali Hill* dengan subjek penelitian yaitu konsumen yang sedang mengunjungi tempat wisata bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah penelitian, dan pembatasan masalah, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*.
2. Menguji pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*.
3. Menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojean Bali Hill*.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat serta memperdalam ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojear Bali Hill*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi pelaku usaha khususnya pihak bumi perkemahan *Ojear Bali Hill* dalam menentukan kebijakan usahanya melalui informasi yang didapat dari penelitian ini mengenai kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada bumi perkemahan *Ojear Bali Hill*.

