

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian**

Pariwisata merupakan sektor yang paling penting dalam perekonomian global dan memiliki dampak yang signifikan terhadap kehidupan sosial, budaya, serta lingkungan. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi serta kemudahan akses transportasi, pariwisata telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Pariwisata memiliki dampak ekonomi yang sangat besar, baik di negara maju maupun negara berkembang. Sektor ini menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, mulai dari sektor perhotelan, transportasi, kuliner, hingga industri kreatif dan souvenir. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu penggerak utama dalam pertumbuhan sektor industri lainnya, seperti konstruksi, teknologi, dan jasa. Pariwisata tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup dimensi sosial dan budaya yang memengaruhi masyarakat lokal serta lingkungan tempat wisata.

Negara-negara yang mengandalkan pariwisata sebagai sektor utama perekonomiannya menyadari betul pentingnya pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur serta fasilitas yang dapat menunjang sektor ini. Sehingga saat ini banyak negara yang menjadikan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan utama bagi negara mereka, dimana sektor ini memiliki peluang yang besar di bidang ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan dapat meningkatkan kesejahteraan

masyarakat. Salah satu nya di Indonesia, pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat beragam, mulai dari pantai, gunung, hutan tropis, hingga warisan budaya seperti candi, tarian, dan adat istiadat. Pemerintah Indonesia telah memprioritaskan pengembangan sektor pariwisata dalam beberapa tahun terakhir, salah satunya provinsi Bali.

Bali, sebagai destinasi utama pariwisata Indonesia, tidak hanya dikenal oleh wisatawan internasional, tetapi juga menjadi magnet bagi wisatawan domestik. Bali, sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia, telah lama menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun internasional. Terkenal dengan keindahan alamnya, budaya yang kaya, dan keramahan masyarakatnya, Bali menawarkan pengalaman wisata yang tak tertandingi. Sebagai bagian dari Indonesia, yang dikenal dengan kekayaan alam dan budayanya, Bali tidak hanya menjadi tujuan utama bagi para pencari keindahan alam, tetapi juga menjadi tempat di mana wisatawan dapat merasakan keunikan budaya tradisional yang masih dipertahankan hingga kini. Bali tidak hanya dikenal dengan pantai-pantainya yang eksotis, tetapi juga dengan beragam destinasi wisata lainnya yang menawarkan pengalaman berbeda. Salah satu destinasi yang menarik perhatian adalah obyek wisata air panas Banjar, yang terletak di Kabupaten Buleleng, Bali.

Destinasi pariwisata air panas merupakan salah satu tujuan wisata yang banyak diminati karena menawarkan manfaat kesehatan, relaksasi, dan pengalaman alam yang unik. Air panas Banjar merupakan salah satu sumber mata air panas alami yang terkenal karena manfaat kesehatan dan suasana relaksasinya. Obyek wisata ini dikelilingi oleh lingkungan asri dengan pemandangan hijau yang

menenangkan, menjadikannya tempat favorit bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Fasilitas yang tersedia di obyek wisata ini mencakup kolam pemandian dengan beberapa tingkat kedalaman, pancuran air panas yang digunakan untuk pijat alami, serta area relaksasi. Lingkungan yang bersih dan suasana yang tenang semakin menambah daya tarik destinasi ini. Selain itu, pengelola wisata juga menyediakan fasilitas pendukung seperti restoran, area parkir, dan kios-kios yang menjual produk lokal. Sebagai salah satu obyek wisata unggulan di Buleleng, Air Panas Banjar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal. Pendapatan dari tiket masuk, penjualan suvenir, dan aktivitas pendukung lainnya membantu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Selain itu, pariwisata ini juga menciptakan lapangan kerja bagi penduduk lokal, baik di sektor formal seperti pengelolaan fasilitas maupun sektor informal seperti pedagang kaki lima dan pemandu wisata.

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang menunjukkan data jumlah pengunjung obyek wisata Air panas Banjar dari bulan Januari – September 2024.

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung Destinasi Pariwisata Air Panas Banjar Dari Bulan Januari – September 2024

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	3.236 (orang)
2	Februari	4.967 (orang)
3	Maret	2.593 (orang)
4	April	9.651 (orang)
5	Mei	7.801 (orang)
6	Juni	7.581 (orang)
7	Juli	11.163 (orang)
8	Agustus	11.427 (orang)

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa terjadi fluktuasi jumlah kunjungan dari bulan ke bulan. Pada awal tahun, jumlah kunjungan relatif rendah,

dimulai dari 3.236 kunjungan pada Januari, kemudian meningkat pada Februari menjadi 4.967 kunjungan atau meningkat sebesar 53,5%. Namun, pada bulan Maret, terjadi penurunan cukup signifikan menjadi 2.593 atau sebesar sebesar 47,8% kunjungan. Setelah bulan Maret, kunjungan mulai meningkat secara drastis mencapai 9.651 atau sebesar 272,3% kunjungan pada bulan April. Tren ini terus berlanjut dengan jumlah kunjungan yang tinggi pada Bulan Mei, Juni, Juli, dan tertinggi pada bulan Agustus dengan jumlah kunjungan sebesar 11.427 atau meningkat sebesar 18,4% kunjungan. Hal ini diduga disebabkan oleh periode liburan sekolah atau libur musim panas yang biasanya mendorong wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata. Namun di bulan September jumlah kunjungan mulai menurun menjadi 9.391 atau sebesar 17,8% kunjungan. Kunjungan pengunjung pada bulan September 2024 mengindikasikan adanya penurunan tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi pariwisata Air Panas Banjar. Hal ini diperkuat dengan hasil observasi awal dan *google review*, dimana Air Panas Banjar memperoleh rating 4,3.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara sederhana yang dilakukan terhadap 10 pengunjung destinasi wisata Air Panas Banjar, ditemukan sejumlah masalah yang perlu segera ditangani di destinasi pariwisata Air Panas Banjar. Salah satu keluhan utama yang sering disampaikan oleh pengunjung adalah kondisi kolam yang kurang terjaga kebersihannya, yang mengurangi kenyamanan saat berendam. Selain itu, permukaan kolam yang licin juga menjadi perhatian, karena dapat meningkatkan risiko kecelakaan bagi pengunjung yang kurang berhati-hati. Sebagian pengunjung juga mengeluhkan suhu air yang dianggap kurang panas atau tidak stabil, sehingga tidak memenuhi ekspektasi mereka yang datang untuk

merasakan manfaat dari air panas tersebut. Selain masalah fasilitas, tinjauan lebih lanjut melalui ulasan di *Google* mengungkapkan adanya keluhan terkait pelayanan petugas di lokasi. Banyak pengunjung yang menilai bahwa petugas di destinasi pariwisata Air Panas Banjar kurang ramah, ada pegawai yang bersikap arogan, tidak responsif terhadap permintaan atau kebutuhan pengunjung, dan kurang sigap dalam menangani masalah yang muncul.

Ulasan negatif ini menggambarkan adanya ketidakpuasan yang cukup signifikan di kalangan pengunjung terkait dengan kualitas layanan yang diberikan. Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa untuk menjaga kepuasan pengunjung serta memperkuat daya tarik pemandian Air Panas Banjar sebagai destinasi wisata, perlu dilakukan perbaikan yang menyeluruh pada fasilitas yang ada. Peningkatan kebersihan kolam, perbaikan kondisi permukaan kolam agar lebih aman, serta pengaturan suhu air yang lebih optimal akan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung. Di samping itu, pelatihan dan peningkatan keterampilan petugas dalam memberikan layanan yang ramah dan responsif sangat diperlukan untuk menciptakan atmosfer yang lebih menyenangkan dan profesional. Langkah-langkah perbaikan ini diharapkan dapat mengembalikan reputasi dan meningkatkan destinasi pariwisata Air Panas Banjar, serta memastikan pengunjung merasa puas dan nyaman selama berada di sana. Selain itu peningkatan ini tidak hanya akan meningkatkan kepuasan pengunjung, tetapi juga dapat memperkuat daya tarik Pemandian Air Panas Banjar sebagai destinasi wisata yang layak untuk dikunjungi, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada keberlanjutan dan perkembangan destinasi tersebut.

Untuk memastikan keberlangsungan obyek wisata di tengah persaingan yang semakin ketat, obyek wisata harus lebih fokus dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan. Hal ini sangat penting agar perusahaan dapat memenuhi harapan serta memberikan kepuasan baik bagi pengunjung yang ingin berkunjung ke obyek wisata tersebut. Kepuasan pengunjung merupakan faktor yang sangat penting bagi keberhasilan sebuah obyek wisata. Menurut Kotler & Amstrong (2018): Kepuasan pelanggan merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan adalah hasil evaluasi terhadap pengalaman dari pengunjung. Selain itu sebagai salah satu faktor utama yang menentukan kesuksesan suatu destinasi, kepuasan pengunjung dapat mempengaruhi reputasi dan kelangsungan usaha pariwisata. Pengunjung yang merasa puas cenderung akan kembali berkunjung dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan bagi pengelola obyek wisata. Sebaliknya, ketidakpuasan pengunjung dapat berdampak buruk, tidak hanya terhadap citra destinasi, tetapi juga terhadap tingkat kunjungan di masa depan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor pariwisata, pengelola destinasi harus mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung. Salah satu cara untuk mencapainya adalah dengan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diduga bahwa adanya aspek *tangible* (fasilitas fisik) dan *empathy* (kepedulian dan pemahaman terhadap kebutuhan pengunjung) merupakan dua

elemen yang perlu lebih diperhatikan untuk menunjang kepuasan dari pengunjung obyek wisata.

*Tangible* (bukti fisik) merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan, dimana aspek tangible meliputi segala fasilitas fisik yang dapat dirasakan langsung oleh pengunjung, seperti kebersihan kolam, kenyamanan area beristirahat, fasilitas umum seperti ruang ganti, toilet, sower pembilas badan, serta ketersediaan perlengkapan dan layanan tambahan yang menunjang kenyamanan pengunjung. Parasuraman, *et al.* (1988:14) menyatakan bahwa tangible mencakup penampilan fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi. Elemen-elemen ini sangat penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Jika fasilitas ini tidak diperhatikan dengan baik, maka pengalaman pengunjung akan terganggu dan berdampak pada kepuasan mereka. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2020) dimana tangible berpengaruh positif dan signifikat terhadap kepuasan pengunjung. Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Umar., *et al.* (2023) bahwa *tangible* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan.

Selain itu salah satu dimensi kualitas pelayanan yang diduga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung adalah *empathy*. Aspek *empathy* juga sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi setiap pengunjung. Brown (2012:19) mendefinisikan *empathy* sebagai kemampuan untuk terhubung dengan perasaan orang lain, bukan hanya dengan pikiran mereka. Ia menekankan bahwa *empathy* melibatkan keberanian untuk membuka diri terhadap pengalaman emosional orang lain. Sehingga pengunjung akan lebih merasa dihargai jika mereka merasa diperlakukan dengan penuh perhatian, baik itu dalam

hal pelayanan di meja resepsionis maupun dalam interaksi sehari-hari selama menginap. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jasmine (2024) bahwa *empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2023) dimana *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan.

Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa kedua aspek ini mendapatkan perhatian serius dan perbaikan yang berkelanjutan. Dengan meningkatkan kualitas *tangible* dan *empathy*, pengunjung akan merasa lebih puas dan cenderung kembali lagi atau merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, yang pada gilirannya akan memperkuat daya saing perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Sehingga berdasarkan uraian diatas, adanya kesenjangan hasil penelitian terdahulu dan fenomena yang ada, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui “Pengaruh *Tangible* dan *Empathy* terhadap Kepuasan Pengunjung pada Destinasi Pariwisata Air Panas Banjar”.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut.

- 1 Adanya fluktuasi dari pengunjung pada periode bulan Januari- September 2024 pada Destinasi Pariwisata Air Panas Banjar.
- 2 Kurangnya fasilitas fisik pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar.
- 3 Kurangnya keramahan dari pihak pengelola terhadap keinginan dan

kebutuhan pengunjung destinasi pariwisata Air Panas Banjar.

- 4 Adanya hasil penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya..

### **1.3 Pembatasan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis membatasi masalah yang sedang diteliti, dimana waktu masalah penelitian terjadi pada rentan tahun 2024 yang berlokasi di destinasi pariwisata Air Panas Banjar dan menggunakan dua variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, yaitu *tangible* dan *empathy*.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1 Apakah *tangible* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar?
- 2 Apakah *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar?
- 3 Apakah *empathy* perpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Bersumber pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perihal – perihal sebagai berikut.

- 1 Untuk menguji seberapa besar pengaruh *tangible* dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar
- 2 Untuk menguji seberapa besar pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar
- 3 Untuk menguji seberapa besar pengaruh *empathy* terhadap kepuasan pengunjung pada destinasi pariwisata Air Panas Banjar

## 1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yang akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1 Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen pemasaran kaitannya dengan *tangible* dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung.

### 2 Secara Praktis

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat menambah pengetahuan atau wawasan mengenai ilmu manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung.