

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Berdasarkan *World Travel and Tourist Council* (WTTC) memastikan sejak terakhir tahun 2025 jika sektor pariwisata memainkan peran krusial dalam menciptakan pekerjaan bagi 366 juta jiwa diberbagai belahan negara yang setara dengan 1 dari 9 lapangan pekerjaan dan 1 dari 3 jenis mata pencaharian baru yang tercipta secara global. Konteks ini, wisata agro atau agrowisata menjadi salah satu segmen yang menarik perhatian, karena menggabungkan aspek rekreasi dengan edukasi pertanian. Pengelolaan destinasi wisata yang memperhatikan prinsip berkelanjutan menjaga daya tarik jangka panjang dan mendukung pelestarian lingkungan (Nurhidayati, 2025). Agrowisata muncul sebagai bentuk pariwisata alternatif yang memberikan pengunjung kesempatan khusus untuk terlibat langsung dengan aktivitas pertanian. Bentuk pariwisata ini tidak hanya menawarkan hiburan tetapi juga memberikan pengetahuan mengenai pelestarian lingkungan, teknologi pertanian modern, dan budidaya tanaman. Di Indonesia, konsep agrowisata semakin populer karena didukung oleh keanekaragaman hayati dan iklim tropis yang memungkinkan budidaya berbagai jenis tanaman. Agrowisata merupakan kombinasi antara pertanian atau perkebunan dengan pariwisata sehingga menghasilkan tempat destinasi yang menarik untuk masyarakat. Agrowisata juga dapat dikatakan sebagai cara baru untuk petani guna memperoleh pendapatan selain dari menjual hasil tani atau kebun (Metanfanuan, 2021). Hampir setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki lahan yang luas dan sesuai untuk dijadikan perkebunan dan disesuaikan dengan kondisi geografis

wilayah tersebut, sehingga dapat menunjang hasil yang maksimal dan menjanjikan. Pratama (2025) juga mengatakan bahwa agrowisata menjanjikan karena wisatawan dapat ikut serta dalam berbagai aktivitas, seperti memetik hasil kebun, mengunjungi area penanaman sayur, serta mencoba teknik bertani baik secara tradisional maupun modern. Pengunjung juga dapat menikmati langsung produk pertanian segar yang dihasilkan oleh petani setempat.

Salah satu destinasi agrowisata yang unik dan baru berkembang di Bali, khususnya di Kabupaten Buleleng tepatnya di desa Pancasari merupakan wisata petik anggur brazil yang tergolong sangat jarang ditemukan sebagai objek agrowisata di Indonesia, sehingga destinasi ini mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Tetapi, keunikan destinasi saja tidak cukup untuk menjamin kepuasan pelanggan secara berkelanjutan tanpa didukung dengan kualitas layanan yang baik serta pengalaman pelanggan yang berkesan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di destinasi agrowisata ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan destinasi secara optimal. Persis seperti yang diungkapkan oleh Darsinita & Putra (2025) Selain keindahan pantainya yang sudah tersohor, Bali sebenarnya menyimpan segudang tempat wisata lain yang menyuguhkan suasana serta pengalaman unik bagi para pelancong. Menurut Surya Abadi, I. B. G., et. al. (2024) wisata agro di Bali bukan sekadar bertumpu pada sektor pertanian semata, melainkan juga berpeluang berkembang lewat perpaduan dengan kekayaan budaya dan kreativitas ekonomi masyarakat setempat. Memanfaatkan kondisi iklim dan geografis yang mendukung, Pondok SVD Pancasari dibuka dari tahun 2022 dan dinaungi oleh

Yayasan Katolik Soverdi dengan Ruben sebagai pengelola Pondok SVD Pancasari. Selain wisata petik anggur brazilnya yang menjadi usaha utama, Pondok SVD Pancasari juga memberikan pelayanan seperti *photoshoot* dan *camping* di lokasi perkebunan anggur. Mengingat lokasinya yang dekat dengan destinasi wisata yang sudah *iconic* di Bali, setiap kali Pondok SVD Pancasari buka pasti akan ramai pengunjung yang datang bahkan dari luar kota yang penasaran dengan adanya kebun anggur brazil yang masih jarang ada di Indonesia. Tidak sedikit juga pengunjung yang datang merupakan rombongan turis yang menyempatkan diri untuk berwisata di Pondok SVD Pancasari setelah berwisata di Pura Ulun Bedugul.

Daya tarik utama wisata petik anggur Brazil di lokasi ini adalah perpaduan antara kegiatan bercocok tanam, pembelajaran pertanian, dan hiburan untuk keluarga. Wisatawan tidak hanya dapat memetik anggur secara langsung, tetapi juga belajar tentang teknik budidaya, proses perawatan tanaman, dan nilai gizi buah anggur. Tingginya minat wisatawan terhadap destinasi ini mencerminkan keberhasilan dalam menyediakan pengalaman yang unik dan menarik. Kebun anggur yang memiliki luas 1,3 *hektare* ini ditanami anggur dengan susunan yang menarik dan *instagramable*, sehingga tidak sedikit yang memanfaatkannya sebagai lokasi untuk membuat konten yang menarik. Ruben sebagai pengelola juga mengatakan bahwa tidak sedikit pengunjung yang membuat konten di lokasi anggur dan hal itu juga membantu promosi Pondok SVD Pancasari. Berdasarkan data yang diperoleh langsung dari pengelola Pondok SVD Pancasari saat melakukan observasi awal, pemasukan dari terjualnya tiket masuk dan penjualan buah anggur dari bulan Maret sampai Juli 2025 pada Pondok SVD Pancasari dapat

dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Penjualan Bulan Maret - Juli 2025

No	Bulan	Tiket Terjual	Pemasukan (Rp)
1	Maret	238	6.108.000
2	April	22	845.000
3	Mei	897	35.280.000
4	Juni	2748	102.460.000
5	Juli	268	10.235.000

(Sumber: Pondok SVD Pancasari, 2025)

Berdasarkan Tabel 1.1 data penjualan tiket Wisata Petik Anggur Brazil periode Maret–Juli 2025, terlihat adanya fluktuasi jumlah pengunjung yang cukup signifikan dari bulan ke bulan. Tercatat sebanyak 238 tiket terjual pada bulan Maret dengan pemasukan sebesar Rp6.108.000, namun mengalami penurunan tajam pada bulan April menjadi hanya 22 tiket terjual dengan pemasukan Rp845.000. Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian dengan Ruben selaku pengelola Pondok SVD Pancasari, penurunan drastis ini disebabkan oleh terbatasnya stok anggur yang tersedia untuk dipetik pada periode tersebut. Kondisi stok terbatas tersebut mengindikasikan pengalaman pelanggan menjadi krusial untuk dijaga, karena pengunjung yang datang dengan ekspektasi memetik anggur namun mendapati stok yang minim berisiko memperoleh pengalaman yang kurang memuaskan apabila pengelola tidak menyediakan alternatif aktivitas atau pengalaman lain yang berkesan selama berkunjung. Memasuki bulan Mei, jumlah tiket terjual kembali meningkat menjadi 897 tiket dengan pemasukan Rp35.280.000, dan terus melonjak signifikan pada bulan Juni dengan 2.748 tiket terjual serta pemasukan mencapai Rp102.460.000, melihat ketersediaan stok anggur yang kembali melimpah memasuki musim panen. Lonjakan jumlah pengunjung yang sangat besar dalam waktu singkat ini menuntut kualitas layanan

yang konsisten dari pihak pengelola, baik dari segi kecepatan pelayanan, kesiapan fasilitas, maupun keramahan staf, mengingat jumlah pengunjung pada Juni meningkat jauh dibandingkan Mei. Hal ini mengindikasikan jika kualitas layanan tidak mampu mengimbangi lonjakan tersebut, maka kepuasan pelanggan berpotensi menurun meskipun stok anggur tersedia melimpah. Sebaliknya, lonjakan pengunjung yang besar pada periode panen juga dapat mengindikasikan adanya kepuasan pelanggan dari periode sebelumnya yang mendorong minat berkunjung kembali maupun rekomendasi dari mulut ke mulut. Sehingga, fluktuasi data penjualan tiket pada tabel tersebut tidak hanya mencerminkan faktor ketersediaan stok anggur sebagai produk alam, tetapi juga mengindikasikan keterkaitan erat antara kualitas layanan, pengalaman pelanggan, dan kepuasan pelanggan dalam menjaga keberlangsungan kunjungan wisatawan ke Wisata Petik Anggur Brazil.

Persaingan yang tidak banyak karena anggur brazil baru di budidayakan di Pondok SVD Pancasari, membuat perlu adanya pengelolaan yang tepat untuk menjaga kualitas dan pengalaman yang akan diperoleh pelanggan. Akan tetapi hal ini dapat menjadi keadaan yang harus dihadapi untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan dengan adanya pemberitahuan tutup sementara agar pelanggan tidak kecewa telah mengeluarkan pengorbanan seperti waktu, tenaga, dan uang. Selain itu, hasil ulasan Google Maps Pondok SVD Pancasari. Diperoleh informasi penilaian bintang yang didapatkan yakni 5 point dari 5 (61 penilaian) di akun *Google Maps* Pondok SVD Pancasari. Penilaian pada akun *Google Maps* menunjukkan bahwa kebanyakan atau mayoritas pelanggan memberikan ulasan positif yang berfokus pada keunikan produk dan jasa meliputi buah anggur brazil,

tiket, suasana tempat, dan kegiatan yang dapat dilakukan di Pondok SVD Pancasari.

Selain karena adanya pemeliharaan dan stok anggur yang habis, penurunan pengunjung yang terjadi di Pondok SVD Pancasari juga disebabkan oleh adanya keluhan pengunjung terkait pelayanan dan fasilitas yang tersedia, sebagaimana teridentifikasi melalui hasil wawancara awal dengan pengelola serta ulasan pengunjung di platform digital. Sebagai langkah awal untuk memastikannya, sebuah survei pendahuluan pun dilakukan melalui wawancara bersama 10 orang pelanggan yang pernah berkunjung, diperoleh hasil sebanyak 8 orang berminat kembali mengunjungi Pondok SVD Pancasari dan akan merekomendasikan kepada orang lain. Namun 2 orang lagi kurang setuju untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan tempat agrowisata ini. Beberapa pelanggan yang datang merasa akses ke Pondok SVD Pancasari sempit dan terdapat kesulitan khususnya untuk pelanggan yang menggunakan transportasi mobil atau roda empat lainnya. Selain itu, lahan parkir yang belum ada sehingga banyak mobil yang harus diparkirkan di halaman warga sekitar membuat pelanggan harus berjalan sedikit lebih jauh dari lokasi wisata. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa adanya persepsi yang beragam di kalangan pelanggan yang dapat menjadi faktor penting dilakukan evaluasi lebih lanjut mengenai kualitas layanan dan pengalaman pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari untuk ke depannya.

Industri pariwisata terikat dengan kepuasan pelanggan yang menjadi faktor kunci utama dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Kotler (2015, dalam Qomariah, 2021) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen pada dasarnya adalah bentuk emosi atau apa yang dirasakan seseorang sewaktu

membandingkan antara realita kinerja suatu produk dengan ekspektasi awal mereka. Ketika pelancong merasa puas dengan liburannya, mereka biasanya tidak ragu untuk datang kembali, menceritakan hal-hal baik kepada orang lain, bahkan secara sukarela mempromosikan tempat tersebut. Namun sebaliknya, jika mereka kecewa, hal ini bisa langsung merusak citra sekaligus menurunkan keuntungan bisnis wisata. Khusus di sektor agrowisata, kepuasan pengunjung ini dibentuk oleh banyak hal, mulai dari mutu produk dan pelayanan yang diberikan, kesesuaian harga dengan apa yang didapat, hingga impresi atau pengalaman total yang mereka rasakan selama di lokasi. Itulah mengapa para pengelola destinasi wisata wajib memahami betul hal-hal apa saja yang bisa membuat pengunjung mereka bahagia agar strategi manajemen yang diterapkan bisa berjalan maksimal.

Salah satu cara utama untuk mendongkrak kepuasan pengunjung adalah dengan menyajikan pelayanan yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Pada dasarnya, kualitas pelayanan ini diukur dari bagaimana konsumen menilai apakah jasa yang mereka terima sudah sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi awal. Menurut Kotler, et.al. (2022:231), mutu pelayanan merupakan motor penggerak utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan, yang mana hal tersebut bisa dinilai dari lima faktor krusial: keandalan, sikap tanggap, jaminan keamanan atau kenyamanan, empati, serta fasilitas fisik yang tampak nyata. Layanan bersifat tidak berwujud (*intangible*), tidak dapat dipisahkan dari penyediannya (*inseparable*), bervariasi dalam setiap penyampaian (*variable*), dan tidak dapat disimpan (*perishable*). Hal ini membuat pengukuran kualitas layanan menjadi lebih kompleks dan subjektif. Pemahaman yang baik tentang kualitas layanan ini memungkinkan pengelola destinasi untuk mengoptimalkan antara

ekspektasi pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar diterima.

Pengalaman pelanggan mencakup seluruh interaksi dan persepsi pelanggan selama proses perjalanan wisata, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga setelah kunjungan. Gulo, et.al. (2025) mengungkapkan bahwa kesan atau pengalaman yang dirasakan konsumen sebenarnya lahir dari perpaduan berbagai reaksi, mulai dari cara mereka berpikir, perasaan, emosi, interaksi sosial, hingga aspek fisik saat menikmati sebuah layanan. Menariknya, semua unsur pembentuk pengalaman ini merupakan hal-hal yang masih bisa dikelola dan dikendalikan dengan baik oleh pihak penyedia jasa. Pada konteks wisata petik anggur Brazil, pengalaman pelanggan meliputi kemudahan akses informasi, proses pemesanan, sambutan di lokasi, kualitas fasilitas, interaksi dengan staff, aktivitas memetik anggur, dan layanan purna jual. Pernyataan mengenai pengalaman pelanggan juga diungkapkan oleh Suyanto (2007) dengan pengalaman pelanggan atau *customer experience* pada dasarnya mencerminkan reaksi subjektif dan personal dari dalam diri konsumen saat berinteraksi dengan sebuah *brand*. Menariknya, kesan ini tidak hanya terbangun lewat interaksi langsung saat membeli produk atau jasa, tetapi juga bisa terbentuk dari momen-momen tidak langsung di luar itu. Pengalaman pelanggan yang positif dapat menciptakan kesan mendalam dan *emotional attachment* yang kuat terhadap destinasi wisata.

Banyak riset telah membuktikan bahwa cara kita melayani konsumen serta kesan yang mereka rasakan selama berkunjung punya andil yang sangat besar dalam membuat mereka merasa puas. Temuan dari studi yang digarap oleh

Afriliant dan Tuti (2024) memperlihatkan bahwa jika kualitas pelayanan dan kesan yang dirasakan konsumen digabungkan secara bersamaan, keduanya terbukti memberikan dampak nyata dalam mendongkrak kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini sejalan dengan hasil studi dari Arbania dan Jaswita (2024), yang menemukan adanya dampak yang sangat nyata antara mutu pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen. Di sisi lain, riset yang dilakukan oleh Arifin, et.al. (2022) juga menegaskan bahwa kesan atau pengalaman yang dilewati pelanggan memegang peran yang tidak kalah penting dalam memicu kepuasan mereka. Namun demikian, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian yang menciptakan kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang bertentangan dengan temuan umum tersebut. Berbeda dengan hal tersebut, enariknya, studi yang dilakukan oleh Fadhilah & Nainggolan (2024) justru menunjukkan hasil yang berbeda, di mana mutu pelayanan ternyata tidak terlalu berdampak nyata dalam mendongkrak kepuasan konsumen. Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Gomoi, et.al. (2021) yang menyimpulkan bahwa kesan yang dirasakan konsumen tidak punya pengaruh berarti terhadap kepuasan mereka. Sementara itu, Dewi & Musmini (2023) melihat dari sudut pandang lain mereka menemukan bahwa pengalaman yang didapat pengunjung sebenarnya memengaruhi keinginan mereka untuk datang lagi, dengan rasa puas sebagai jembatan antaranya. Ini mengisyaratkan bahwa berbagai aspek pengalaman pelanggan (seperti *sense, feel, think, act*, dan *relate*) pada akhirnya lebih berfungsi sebagai pelengkap informasi dan peluang baru bagi konsumen, alih-alih menjadi fokus utama yang benar-benar mereka perhatikan saat berkunjung.

Mengacu pada uraian di atas, penelitian lebih lanjut dipandang perlu dilakukan guna mengetahui sejauh mana kualitas layanan dan pengalaman pelanggan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Wisata Petik Anggur Brazil di Pondok SVD Pancasari. Atas dasar itulah, penelitian ini disusun dengan judul **"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pengalaman Pelanggan Pada Wisata Petik Anggur Brazil Di Pondok SVD Pancasari"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berangkat dari berbagai persoalan yang sudah dipaparkan dalam latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah dalam studi ini sebagai berikut:

- 1) Terdapat indikasi ketidakpuasan pada kualitas layanan di wisata petik anggur brazil Pondok SVD Pancasari yang tercermin dari hasil observasi awal dan wawancara dengan pengelola terkait pelayanan dan fasilitas yang belum sepenuhnya memenuhi tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan.
- 2) Terdapat indikasi ketidakpuasan pelanggan terhadap pengalaman yang dirasakan selama berkunjung di wisata petik anggur brazil Pondok SVD Pancasari, sebagaimana tercermin dari hasil observasi awal dan wawancara pengunjung yang merasakan kenyataannya, kesan yang dirasakan oleh pengunjung masih belum sepenuhnya sesuai dengan apa yang mereka harapkan, sehingga hal ini berujung pada kurang maksimalnya rasa puas yang mereka rasakan secara keseluruhan.
- 3) Terdapat kesenjangan hasil temuan terdahulu yang bersinggungan dengan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, dimana penelitian sebelumnya belum ada yang mengkaji variabel tersebut dalam konteks agrowisata, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan

guna mengisi celah penelitian yang ada.

1.3 Pembatasan Masalah

Pada konteks wisata petik anggur Brazil di Pondok SVD Pancasari, hubungan antara ketiga variabel ini menjadi menarik untuk diteliti karena karakteristik unik dari destinasi agrowisata yang menggabungkan aspek rekreasi, edukasi, dan interaksi langsung dengan produk pertanian. Meskipun terdapat banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan dalam industri pariwisata, penelitian khusus mengenai pengaruh kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada agrowisata khususnya wisata petik anggur Brazil masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya fokus pada destinasi wisata konvensional seperti toko, hotel, restoran, atau tempat wisata umum.

1.4 Rumusan Masalah

Melihat dari seluruh pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka poin-poin yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas layanan memberikan andil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari?
- 2) Apakah pengalaman pelanggan turut andil secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari?
- 3) Apakah kualitas layanan dan pengalaman pelanggan mendorong secara positif dan signifikan secara serempak terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur di Pondok SVD Pancasari?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan poin-poin rumusan masalah yang ditemukan, maka poin

tujuan penelitian yang didapatkan yakni sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari.
- 2) Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari.
- 3) Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada wisata petik anggur brazil di Pondok SVD Pancasari.

1.6 Manfaat Penelitian

Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah kegunaan dan nilai positif sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Hasil yang diteliti ini dapat berkontribusi teoritis pada pengembangan ilmu pemasaran pariwisata khususnya untuk konsentrasi pemasaran yang diperoleh selama melaksanakan perkuliahan yang secara spesifik berhubungan dengan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Manfaat Praktis

Kepada Pondok SVD Pancasari, analisa yang diteliti ini dapat memberikan *insight* berharga untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan, yang ujungnya akan meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha. Selain itu, temuan ini juga dapat memberikan masukan bagi pengembangan wisata agro di Indonesia secara umum, khususnya dalam mengoptimalkan nilai dan pengalaman pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.