

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Semakin derasnya arus globalisasi masa kini perkembangan persaingan dalam dunia bisnis merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diamati. Dalam era globalisasi sekarang, khususnya bangsa Indonesia diharuskan ikut berperan aktif dalam dunia persaingan bebas, baik dalam bidang ekonomi, budaya, maupun pariwisata. Ada baiknya juga bangsa Indonesia mulai meningkatkan potensi sektor pariwisatanya yang beragam. Terbukti bahwa pariwisata merupakan salah satu cara untuk melepaskan rasa penat dan jenuh dikarenakan sibuknya berbagai rutinitas dengan melakukan kegiatan rekreasi atau berwisata ke suatu tempat.

Usaha bidang jasa pariwisata memegang peranan sangat penting dalam mengembangkan sektor pariwisata suatu negara. Dalam menjalankan perannya, penyedia jasa pariwisata diharuskan membuat suatu konsep dan peraturan yang berlaku dalam pengembangan pariwisata tersebut agar mampu mempertahankan serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada manfaat ekonomi bagi sektor industri pariwisata dan masyarakat lokal sekitarnya. Selain itu, para penyedia jasa pariwisata menyadari bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tuntutan penting dari komitmen yang apabila kepuasan tersebut terpenuhi, akan memicu kembali untuk berkunjung dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan baru.

Didukung pelayanan yang berkualitas merupakan faktor kekuatan jasa pariwisata untuk dapat bertahan karena memiliki nilai lebih unggul dari para pesaing. Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan-urutan kegiatan yang dalam interaksinya secara langsung antara seseorang dengan orang lain atau dengan mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sinambela, 2011).

Pelayanan merupakan setiap kegiatan atau tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2010). Tuntutan para pelanggan dalam hal pelayanan yang diterima, menyebabkan pihak pengelola berusaha semaksimal mungkin dalam memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Kualitas pelayanan (*service quality*) pada suatu objek wisata dapat diketahui dengan cara memahami persepsi para pelanggan atas pelayanan yang diterima oleh mereka melalui pemandu wisata maupun para pengelola objek wisata tersebut.

Seorang pelanggan jika merasa telah puas dengan nilai yang diberikan suatu produk maupun jasa, sangat besar kemungkinan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian secara emosional dari konsumen setelah menggunakan produk dimana kebutuhan dan harapan konsumen tersebut terpenuhi (Daryanto dan Setyobudi, 2014). Menurut Kotler dan Keller (2007), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan

pelanggan merupakan keinginan setiap penyedia jasa pariwisata. Pelanggan yang puas terhadap pelayanannya tersebut cenderung untuk kembali mengunjungi dikemudian hari. Dalam hal ini kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen untuk melakukan kunjungan ulang yang merupakan porsi terbesar dari pelayanan jasa pariwisata.

Wisata Waduk Kedung Ombo merupakan objek wisata menarik di Provinsi Jawa Tengah dengan menyuguhkan keindahan berupa bendungan raksasa seluas 6.576Ha yang terletak di tiga wilayah, yakni Kabupaten Grobogan, Kabupaten Sragen, dan Kabupaten Boyolali. Waduk ini mulai dibangun pada tahun 1985 dan selesai dibangun pada tahun 1989. Fungsi utama dari waduk ini yaitu sebagai bendungan, sarana irigasi untuk persawahan sekitar, serta Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA). Waduk Kedung Ombo yang berada di wilayah Kabupaten Boyolali, Desa Wonoharjo, Kecamatan Kemusu ini sangat potensial di bidang pariwisata. Di daerah wisata ini, terdapat dua titik wisata yaitu Wana Wisata Kedung Ombo dan Waduk Kedung Ombo itu sendiri. Wana Wisata Kedung Ombo menghadirkan pemandangan dan objek wisata yang begitu menawan. Objek yang terletak di Desa Wonoharjo ini dibuka dengan harapan agar para pengunjung yang datang merasa aman, nyaman, dan betah menyaksikan dari dekat Waduk Kedung Ombo. Pepohonan mahoni dan jati yang tertata rapi sebagai daya tarik pengunjung menawarkan suatu kenikmatan tersendiri.

Di dalam kawasan hutan wisata tersebut dilengkapi berbagai fasilitas seperti tempat duduk, tempat peristirahatan, tempat informasi, wahana

permainan air (jetski, banana boat, speedboat), wisata perahu, pemancingan, toilet, serta tempat parkir yang memadai. Wana Wisata ini terdapat Warung Makan Apung yang terletak dipinggir permukaan waduk dengan menyediakan berbagai sajian kuliner olahan masakan ikan segar dengan harga yang cukup terjangkau. Sementara di area parkir kendaraan, terdapat pedagang ikan asap khas Waduk Kedung Ombo yang dapat dijadikan oleh-oleh untuk dimasak dirumah.

Kualitas pelayanan objek wisata merupakan salah satu aspek penting dalam dunia pariwisata, karena akan berdampak langsung pada kepuasan pengunjung, dan pada akhirnya akan berdampak pula pada kunjungan ulang ke destinasi tersebut. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan kuat dengan penyedia jasa pariwisata. Ikatan hubungan kuat ini memungkinkan penyedia jasa untuk memahami dengan seksama harapan pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia jasa pariwisata dapat meningkatkan kepuasan dan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan serta meminimalisir pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Citra, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah yang relevan untuk dapat dibahas serta diteliti berkaitan dengan judul tersebut, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh citra terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
4. Bagaimana pengaruh citra terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
5. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
6. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?
7. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh citra terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
2. Menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
4. Menganalisis pengaruh citra terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
5. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
6. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.
7. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung di Objek Wana Wisata Kedung Ombo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Manfaat akademis
  - a) Dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan tentang pemasaran jasa meliputi masalah yang dihadapinya, khususnya tentang kepuasan wisatawan dan keputusan berkunjung.
  - b) Dapat dimanfaatkan untuk sarana pengembangan serta memberikan gambaran nyata dan jelas tentang ilmu manajemen pemasaran.
  
2. Manfaat praktis
  - a) Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan oleh pengelola dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada wisatawan.
  - b) Memberikan bahan pertimbangan dalam mengembangkan serta menyempurnakan kebijakan pemasaran yang termasuk di dalamnya berkaitan dengan upaya memaksimalkan kepuasan wisatawan.
  - c) Menerapkan teori-teori yang diperoleh dari bangku kuliah pada kondisi yang ada sekarang serta memperluas pandangan yang menyangkut tentang citra, promosi, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan terhadap keputusan berkunjung yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaran.

## **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sebagai sarana untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuatlah suatu sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab, antara lain :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini membahas terkait uraian landasan teori yang melandasi penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini membahas tentang jenis penelitian, definisi operasional serta pengukuran variabel, desain pengambilan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini membahas terkait karakteristik responden, deskripsi data, dan analisis data serta pembahasan.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini membahas terkait simpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.