

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingginya permintaan konsumen berwisata terhadap obyek wisata pada saat ini mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh seberapa banyak wisatawan yang akan mendatangi dan menikmati tempat wisata tersebut. Seperti halnya Indonesia, Indonesia ini merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber kekayaan yang sangat luas. Keanekaragaman kekayaan sumber daya alam Indonesia ini meliputi, keindahan wisata alam Indonesia yang hampir seluruh wilayah memiliki tempat obyek wisata alam.² Diantaranya yaitu obyek wisata yang berada di daerah Jawa Timur. Hal ini bisa dilihat dengan semakin banyaknya obyek wisata yang bermunculan di berbagai daerah dengan daya tarik dan keunikan tersendiri, salah satunya yaitu obyek wisata yang berada di kabupaten Trenggalek. Hal tersebut bisa dibuktikan berdasarkan data pengunjung dibawah ini:

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Kabupaten Trenggalek

Tahun	Jumlah Pengunjung (Wisatawan)
2014	535.499
2015	584.414
2016	595.938
2017	677.178
Jumlah	2.393.029

Sumber: *Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Trenggalek*

² Baiturrahman, *Pengaruh Harga, Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Informasi dan Layanan Sebelum Berkunjung Terhadap Permintaan Wisata Pulau Situ Gintung-3*, (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hlm. 1

Berdasarkan tabel 1.1 data diatas tingkat permintaan akan pengunjung di beberapa obyek wisata yang ada di Kabupaten Trenggalek mengalami kenaikan dalam setiap tahunnya. Pada tahun 2014 jumlah pengunjung wisatawan yang ada di kabupaten Trenggalek sejumlah 535.499 wisatawan. Kemudian pada tahun 2015 jumlah pengunjung wisatawan yang ada di kabupaten Trenggalek mengalami peningkatan yaitu sejumlah 584.414 wisatawan. Pada tahun 2016 juga mengalami peningkatan yaitu sejumlah 595.938 wisatawan. Dan pada tahun 2017 juga ikut mengalami peningkatan yaitu sejumlah 677.178 para wisatawan yang berkunjung di obyek wisata yang terdapat di Kabupaten Trenggalek. Hal ini disebabkan karena di Kabupaten Trenggalek mempunyai potensi yang cukup baik di bidang pariwisata dan cukup besar untuk dikembangkan, dengan terdapatnya berbagai obyek wisata, baik obyek wisata alam maupun obyek wisata buatan. Salah satunya adalah obyek wisata hutan mangrove yang terdapat di Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek.

Hutan Mangrove Pancer Trenggalek ini merupakan hutan bakau yang telah dikembangkan di daerah pesisir pantai selatan yaitu di Pantai Cengkong yang berada di Kabupaten Trenggalek yang lokasinya di Desa Karanggandu, Kecamatan Watulimo, Trenggalek. Di kawasan obyek wisata hutan mangrove ini semakin hari semakin terlihat sangat indah dan menarik dengan adanya jembatan kayu disepanjang jalan tumbuhan pohon bakau. Dengan keunikan dan keindahan obyek wisata tersebut dapat memberikan daya tarik konsumen untuk mendatangi tempat wisata tersebut. Jadi, banyak sedikitnya seseorang untuk mengunjungi tempat wisata tersebut diukur oleh seberapa besar perilaku konsumen terhadap

kunjungan tempat wisata tersebut. Apabila konsumen atau para wisatawan merasa puas dan nyaman terhadap obyek wisata tersebut, maka mereka akan terus mengunjungi atau mendatangnya, sehingga kunjungan wisatawan terhadap obyek wisata tersebut akan terus mengalami peningkatan disetiap tahunnya.

Perilaku konsumen itu sendiri adalah seseorang atau konsumen yang akan menikmati suatu produk wisata yang setiap individunya memiliki perilaku yang berbeda-beda. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan suatu barang atau jasa untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan dengan tujuan agar tercapainya suatu kepuasan.³ Dalam perilaku wisatawan ini terdapat interaksi antara pemikiran, perasaan, dan tindakan manusia, serta lingkungan. Semakin dalam suatu perusahaan memahami bagaimana interaksi tersebut dapat mempengaruhi wisatawan, maka semakin baik perusahaan tersebut dalam memberikan kepuasan kepada pengunjung wisatawan. Kemudian, perilaku wisatawan juga akan mendapatkan rangsangan dari informasi-informasi yang diterima oleh wisatawan mengenai produk fasilitas, harga dan lokasi yang ada disuatu obyek wisata tersebut.

Perilaku konsumen ini selain mendapatkan rangsangan dari informasi yang diterima wisatawan, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi. (1) Faktor budaya ini merupakan kumpulan nilai-nilai dasar dan sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai

³ I Made Bayu Wisnawa, dkk, *Manajemen Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 46

sama berdasarkan pengalaman. Faktor budaya ini mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam dalam perilaku konsumen dalam wisata. Sehingga pemasar atau pengelola wisata harus memahami keinginan pengunjung dari segi kelas sosial. (2) faktor sosial, faktor sosial ini sebagai tambahan dari faktor budaya yang terdiri dari referensi keluarga, kelompok yang berdampak pada perilaku kunjungan. (3) faktor personal, faktor personal ini merupakan sesuatu yang melekat pada diri seorang individu yang akan mempengaruhi perilaku konsumen terhadap wisata tersebut. (4) dan yang terakhir yaitu faktor psikologi, faktor psikologi adalah segala sesuatu aspek yang mampu mencitrakan diri seseorang individu berdasarkan ukuran motivasi, persepsi, pembelajaran maupun sikap pada setiap perilaku mereka.⁴ Selain faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, ada beberapa kendala yang dihadapi konsumen pada saat melakukan kegiatan pariwisata.

Kendala yang dihadapi Konsumen pada saat melakukan kegiatan wisata diantaranya yaitu, kurangnya informasi mengenai tempat wisata tersebut sehingga konsumen atau pengunjung masih ragu-ragu untuk mengunjungi atau mendatangi tempat wisata tersebut. Akses jalan menuju tempat wisata tersebut kurang strategis sehingga pengunjung merasa kesusahan pada saat mencari lokasi tempat wisata yang akan dikunjunginya. Kemudian, Kurangnya dana yang dimiliki oleh konsumen pada saat akan melakukan kegiatan berwisata, sehingga kegiatan rekreasinya akan tertunda sampai konsumen memiliki dana yang cukup untuk bekal liburan. Dan yang terakhir yaitu pada saat melakukan kegiatan berwisata

⁴ Muhammad Rasyid Ridho Lubis dan Dwi Kartikasari, Analisis Perilaku Konsumen yang Mempengaruhi Pemilihan Tempat Wisata Pantai Dendang Melayu Batam, *Journal Of Business Administration Vol. 3 No 1, Maret 2019 hlm. 24*

pengunjung merasa kurang nyaman dan tidak puas mengenai tempat wisata yang telah dikunjunginya.

Selain kendala yang dihadapi konsumen, ada beberapa masalah dalam pengelolaan untuk memenuhi kepuasan pengunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove. Dimana, obyek wisata hutan mangrove ini belum dilakukan secara optimal karena masih kurangnya perawatan dalam menjaga obyek wisata tersebut. Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi masalah tersebut diantaranya yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya yaitu belum optimalnya dalam melayani pengunjung, infrastruktur dalam obyek wisata ini juga kurang maksimal dan fasilitasnya kurang memadai. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu keadaan cuaca di suatu obyek wisata ini sangat panas, sehingga banyak para pengunjung yang merasa kurang nyaman dengan kondisi cuaca tersebut. Apabila para pengunjung merasa kurang puas dengan obyek wisata ini maka jumlah pengunjung akan terus berkurang dan berdampak buruk pada perekonomian masyarakat sekitar menjadi menurun.

Dalam hal ini, upaya yang dilakukan pengelola dalam meningkatkan kepuasan pengunjung wisatawan pada saat wisatawan tersebut berada di suatu daya tarik wisata tersebut dengan memperhatikan dan melakukan dengan baik faktor daya tarik wisatawan. Kepuasan wisatawan diukur berdasarkan persepsi pengunjung terhadap kinerja barang atau jasa yang dirasakan setelah menggunakan barang atau jasa tersebut. Penilaian kepuasan wisatawan tergantung dari apa yang dipersepsikan oleh pengunjung setelah menggunakan barang atau jasa tersebut seperti fasilitas, harga, tempat lokasi wisata. Faktor-faktor tersebut

yang akan mempengaruhi kepuasan wisatawan, apabila manfaat selama wisatawan berkunjung ke obyek wisata tersebut lebih baik dengan harapan maka wisatawan akan mendapatkan kepuasan selama berkunjung, begitu juga sebaliknya apabila manfaat selama wisatawan berkunjung lebih buruk dari apa yang di harapkan maka wisatawan tersebut merasa tidak puas.⁵

Fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa tersebut di tawarkan kepada konsumen ataupun pengunjung wisatawan. Pada dasarnya fasilitas dalam obyek wisata merupakan faktor yang menentukan pilihan-pilihan orang untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Apabila fasilitas yang disediakan itu memadai, kemudian adanya kelengkapan dan ketersediaan fasilitas maka akan meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata tersebut. Karena, apabila pengunjung merasa nyaman dan senang dengan fasilitas yang disediakan pengelola, maka pengunjung tersebut memiliki kepuasan terhadap obyek wisata tersebut dan bahkan bisa berkali-kali untuk datang ke obyek wisata tersebut tanpa berfikir panjang.⁶

Harga merupakan salah satu faktor konsumen untuk melakukan keputusan berwisata. Harga menjadi salah satu faktor untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan, bukan harga dari segi ekonomi melainkan dari sisi manfaat yang didapat oleh wisatawan. Oleh karena itu, manfaatlh yang menjadi salah satu penilaian untuk mengetahui kepuasan wisatawan, seperti yang dikemukakan oleh

⁵Stella Alvianna, Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang, *Jurnal ISSN Vol. 2 No. 01, Juni 2017, hlm. 3*

⁶ Nicklouse Christian lempoy dkk, Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder, *Jurnal EMBA Vol. 3 No.1, Maret 2015, hlm. 1073*

Kotler dan Amstrong bahwa harga adalah sejumlah nilai yang dapat ditukar dengan produk dan jasa. Sehingga harga ini sangat berperan penting terhadap kepuasan pengunjung wisatawan. Apabila harga yang ditetapkan di obyek wisata tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan misalnya lokasinya menarik, bersih, strategis dan lain sebagainya, maka pengunjung tersebut memiliki tingkat kepuasan.⁷

Kemudian, lokasi ini sangat berperan penting terhadap kepuasan pengunjung wisatawan. Dalam pemilihan lokasi, suatu bisnis pariwisata menjadi pertimbangan yang sangat penting. Akses jalan pada lokasi obyek wisatanya bisa dijangkau menggunakan kendaraan pribadi bahkan lokasinya juga strategis. Apabila lokasi wisata tersebut mudah dijangkau maka minat akan wisatawan akan terus meningkat. Karena selain fasilitas dan harga, lokasi ini juga betul-betul harus diperhatikan agar para pengunjung yang datang ke obyek wisata ini merasa nyaman, aman dan puas. Jadi, Fasilitas, Harga dan Lokasi ini memiliki hubungan yang sangat erat untuk mempengaruhi Kepuasan Berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui apakah fasilitas, harga dan lokasi berpengaruh pada kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek. Sehingga judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Hutan Mangrove Pancer Trenggalek.”**

⁷ Stella Alvianna, Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Wisata Air Wendit Kabupaten Malang, *Jurnal ISSN Vol. 2 No. 01, Juni 2017, hlm. 3*

B. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi diantaranya yaitu:

- 1) Pengaruh fasilitas dalam obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek ini belum diketahui
- 2) Pengaruh harga dalam obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek ini belum diketahui
- 3) Pengaruh lokasi dalam obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek ini belum diketahui
- 4) Memiliki pengaruh atau tidaknya fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung wisatawan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang tersebut, masalah dari penelitian ini meliputi:

- 1) Apakah ada pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek?
- 2) Apakah ada pengaruh Harga terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek?
- 3) Apakah ada pengaruh Lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek?

- 4) Apakah ada pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, diharapkan pembaca mengetahui apa saja tujuan dari penelitian yang akan di kaji. Tujuan tersebut meliputi:

- 1) Peneliti ingin mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek
- 2) Peneliti ingin mengetahui pengaruh Harga terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek
- 3) Peneliti ingin mengetahui pengaruh Lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek
- 4) Peneliti ingin mengetahui pengaruh Fasilitas, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang akan dirumuskan dari dilakukannya penelitian ini terdiri dari dua kegunaan, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini secara teoritis di harapkan bisa bermanfaat untuk menambah wawasan keilmuan, pemikiran serta pemahaman khususnya di

bidang ekonomi syariah mengenai pengaruh dari faktor fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi pengelola obyek wisata hutan mangrove

Penelitian ini diharapkan bisa menyampaikan data informasi yang dapat berguna serta memberikan kritik dan saran untuk pengelola obyek wisata dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang lebih lanjut guna menarik wisatawan yang lebih banyak.

b. Bagi akademik

Dapat menambah perbendaharaan perpustakaan tentang pengaruh fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait bidang manajemen pemasaran

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner (angket) kepada responden, yaitu pengunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek ini. Lokasi penelitian ini terletak di Jl. Pantai Cengkong, Desa Karanggandu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan pengunjung

(Y). Sedangkan untuk variabel independen adalah fasilitas (X1), harga (X2), dan lokasi (X3).

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan masalah diantaranya yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil responden pada pengunjung obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek saja
2. Terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung, tetapi peneliti hanya mengambil variabel fasilitas, harga dan lokasi

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan diatas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut:

- a. Fasilitas (X_1) adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.⁸
- b. Harga (X_2) bisa dikatakan sebagai iuran, tarif, sewa, upah, komisi dan lain sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang

⁸ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2009), hlm. 45

ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa.⁹

- c. Lokasi (X_3) adalah tempat atau berdirinya perusahaan tempat usaha. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik lokasi usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi, karena lokasi usaha adalah aset jangka panjang dan akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.¹⁰
- d. Kepuasan Konsumen (Y), Menurut Kotler dan Keller, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya.¹¹

2. Definisi Operasional

Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh fasilitas, harga dan lokasi terhadap kepuasan berkunjung wisatawan di obyek wisata hutan mangrove pancer Trenggalek. Pada penelitian, obyek yang

⁹ Hamdani Lupioyadi, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm 102

¹⁰ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi 9, (Jakarta: Salemba, 2014), hlm. 268

¹¹ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB Press, 2017), hlm. 58

diteliti terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Yang mana X_1 adalah fasilitas, X_2 adalah harga, dan X_3 adalah lokasi. Sedangkan untuk Y adalah kepuasan pengunjung.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika pembahasan disini bertujuan untuk memudahkan jalannya pembahasan terhadap suatu maksud yang terkandung, sehingga uraian-uraian tersebut dapat diikuti dan dapat dipahami secara teratur dan sistematis. Dalam penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab. Masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci, sistematis dan berkesinambungan agar dapat dipahami dengan baik. Diantara sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut: bagian awal, terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

BAB I : Pendahuluan terdiri dari, latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi

BAB II : Landasan teori, membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti teori tentang fasilitas, harga, lokasi dan kepuasan berkunjung. Kajian penelitian terdahulu sebagai

pembanding penelitian ini, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian di akhir bab

- BAB III : Metode penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian
- BAB IV : Hasil penelitian, yang terdiri dari hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta temuan penelitian
- BAB V : Pembahasan dan hasil penelitian, pembahasan dalam penelitian ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti
- BAB VI : Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasan dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan