

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sektor yang berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang kaya akan beragam budaya dan keindahan alam, tentu saja pariwisata di Indonesia berpotensi untuk dikembangkan dan menjadi salah satu aset sebagai sumber yang menghasilkan bagi Indonesia. Indonesia mempunyai objek wisata yang beragam mulai dari objek wisata alam, sejarah, religi, dan Pendidikan. Menurut Cooper (1993), pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga ataupun kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan dimaksud bersifat sementara (1 hari, 1 minggu, 1 bulan), dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula (Mandari et al., 2020).

Perkembangan dunia bisnis pada sektor wisata semakin meningkat saat ini. Perkembangan ini dapat diamati pada aktivitas sehari-hari, dimana sebagian besar aktivitas tersebut tidak bisa lepas dari peranan sektor wisata. Salah satu sektor wisata yang memiliki peranan yang cukup bagus untuk olahraga dan bersantai adalah wisata air. Wisata air menjadi salah satu tempat *favorite* bagi setiap kalangan untuk menghilangkan rasa penat di tengah-tengah kesibukan yang biasa dilakukan setiap harinya. Terutama wisata kolam renang pentingnya wisata kolam renang tercermin pada minat kunjung dan meningkatnya kebutuhan akan tempat kolam renang bagi semua orang dari kalangan anak-anak sampai orang tua seiring meningkatnya

perkembangan penduduk saat ini. Karena dengan berwisata ke kolam renang seseorang bisa sejenak mengalihkan suasana hatinya.

Banyak faktor yang membuat pengunjung mempertimbangkan tujuan wisata yang diinginkan salah satunya adalah lokasi. Lokasi adalah tempat berdirinya suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. lokasi yang strategis sangat penting dalam menarik minat kunjung wisatawan mulai dari akses jalan, lalu lintas, fasilitas dan lingkungan. Dimana suatu objek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan dan petunjuk arah yang tepat serta fasilitas yang aman dan nyaman. Lokasi yang strategis membuat wisatawan lebih mudah untuk mengaksesnya agar minat kunjung semakin meningkat. Jika lokasi sulit diakses akan membuat wisatawan malas untuk berkunjung seperti jalan yang rusak, lahan yang sempit. Serta promosi apa saja yang diberikan oleh pengelola objek wisata seperti potongan harga,

Dalam pariwisata guna menjangkau kedatangan pengunjung juga diperlukannya lokasi yang strategis mudah dijangkau. Menurut Manullang (1990) mengatakan memilih lokasi atau tempat diperlukan penilaian yang tepat sehingga pelanggan bisa menentukan keputusan dalam melakukan pembelian, hal tersebut dituntut untuk terjadi kesesuaian dengan kriteria seperti pusat kegiatan ekonomi yakni kantor, bank, toko, hiburan dan lain-lainya. Pada dasarnya wisatawan dalam menuju objek wisata memerlukan akses yang mudah, dan wisatawan juga memerlukan kenyamanan lokasi serta keindahan lokasi, hal tersebut dapat menjadikan salah satu minat wisatawan dalam berkunjung **(Diantanti NP, 2021)**.

Jumlah pengunjung sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata, karena pengunjung merupakan sumber pemasukan. Beberapa cara dalam meningkatkan kunjungan yaitu, kualitas produk

wisata dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung serta promosi yang digunakan pada objek wisata tersebut. Dengan melalui promosi dan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan wisatawan yang datang berkunjung, maka memunculkan rasa puas pengunjung itu sendiri, dan wisatawan yang merasa puas dengan akan datang berkunjung kembali dan merekomendasikannya. karena kepuasan wisatawan merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam mengembangkan sektor pariwisata (Basuki, 2021).

Di kehidupan sekarang waktu lebih banyak dihabiskan di tempat kerja dengan pekerjaan masing-masing, waktu untuk bekerja bisa 7 sampai 8 jam per hari sehingga tidak ada waktu untuk *refresing* untuk menghilangkan rasa lelah, jenuh bahkan stress yang diakibatkan oleh waktu kerja yang padat. Tujuan *refresing* adalah agar seseorang bisa menenangkan diri dan mengalihkan pikiran dari kesibukan yang dialami saat bekerja dan melakukan aktivitas. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendirikan objek wisata kolam renang karena banyak diminti oleh wisatawan, tapi ada beberapa faktor yang harus diperhatikan ketika mendirikan sebuah objek wisata kolam renang salah satunya adalah lokasi. Lokasi adalah tempat berdirinya suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. lokasi yang strategis sangat penting dalam menarik minat kunjung wisatawan mulai dari akses jalan, lalu lintas, fasilitas dan lingkungan. Dimana suatu objek wisata mudah dijangkau dengan kendaraan dan petunjuk arah yang tepat serta fasilitas yang aman dan nyaman. Lokasi yang strategis membuat wisatawan lebih mudah untuk mengaksesnya agar minat kunjung semakin meningkat. Jika lokasi sulit diakses akan membuat wisatawan malas untuk berkunjung seperti jalan yang rusak, lahan yang sempit.

Berbicara tentang objek wisata air, The Unique Park Waterboom Sawahlunto adalah salah satu objek wisata yang menjadi daya tarik yang ada di Kota Sawahlunto,

Sumatera Barat. Didirikan pada tahun 2000 dan dibuka pertama kali tahun 2004 dengan luas 2,1 hektare. Lokasi wisata air ini cukup mudah dijangkau, The Unique Park Waterboom Sawahlunto beralamat di Jalan Lintas Sumatera, Muaro Kalaban, Kecamatan Silungkang, Kota Sawahlunto, Sumatera Barat. Dengan lokasi yang strategis berada di tepi jalan diharapkan dapat meningkatkan minat kunjung wisatawan dalam maupun luar daerah untuk berkunjung karena lokasi yang sangat mudah untuk diakses dan ditemukan. Serta dengan adanya promosi yang dilakukan oleh pengelola dengan membuat papan iklan disetiap perbatasan daerah menuju Kota Sawahlunto bisa memberitahu kepada setiap orang yang lewat bahwa terdapat objek wisata yang menarik di Kota Sawahlunto sehingga meningkatkan minat kunjung wisatawan. Apabila pelayanan yang diberikan baik dan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan, oleh karena itu kepuasan pelanggan diharapkan mampu membuat meningkatkan minat kunjung wisatawan. Ada banyak hal yang bisa dilakukan di tempat ini, pengunjung dapat bermain air dengan berbagai jenis kolam dan seluncuran sesuai tingkatan umur mulai dari anak-anak, hingga dewasa. Oleh karena itu, Waterboom Sawahlunto pun menjadi lokasi liburan akhir pekan *favorite* Kota Sawahlunto.

Tabel 1.1 Laporan Pengunjung The Unique Park Waterboom Sawahlunto Tahun 2015-2018

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2015	101.063 Orang
2	2016	114.003 Orang
3	2017	93.446 Orang
4	2018	76.274 Orang

Sumber : PT. Wahana Wisata Sawahlunto

Dari data di atas dapat diperoleh gambaran bahwa tingkat kunjungan wisatawan di Waterboom Sawahlunto 4 (empat) tahun belakang mengalami penurunan. Pada tahun 2015 jumlah wisatawan yaitu 101.063 orang, 2016 jumlah wisatwan yang berkunjung naik sebanyak 114.003 orang, dan mengalami penurunan

pada tahun 2017 yaitu sebanyak 93.446 dan pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan yaitu sebanyak 76.274 orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat kunjung melalui kepuasan pelanggan pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Pengunjung pada umumnya masih berasal dari dalam kota.
2. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola dan pemerintah setempat.
3. Fasilitas pendukung yang kurang terawat.
4. Kurangnya luasnya lahan parkir.
5. Lokasi yang strategis belum mampu menarik minat pengunjung.
6. Lokasi objek yang kurang luas.
7. Masih adanya karyawan yang kurang ramah kepada pengunjung.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis membatasi penelitian ini agar lebih fokus pada aspek yang diteliti dengan Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan sebagai variabel bebas (X), Minat Kunjung sebagai variabel terikat (Y) dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening (Z).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
4. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Minat Kunjung Konsumen pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
5. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat Kunjung pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
6. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
7. Bagaimana pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Kunjung pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
8. Bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?
9. Pengaruh Promosi terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?

10. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada The Unique Park Waterboom Sawahlunto?

1.5 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas ada beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Waterboom Sawahlunto.
2. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Waterboom Sawahlunto.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung pada Waterboom Sawahlunto.
4. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap Minat Kunjung pada Waterboom Sawahlunto.
5. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Minat Kunjung pada Waterboom Sawahlunto.
6. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Kunjung pada Waterboom Sawahlunto.
7. Untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Kunjung pada Waterboom Sawahlunto.
8. Untuk menganalisis Lokasi terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Kosumen sebagai variabel intervening.

9. Untuk menganalisis pengaruh Promosi terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel Intervening.
10. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Kunjung melalui Kepuasan Konsumen sebagai variabel Intervening.

1.5.2 Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Bagi tempat yang diteliti, sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan pelayanan dengan cara memperhatikan lokasi, promosi dan kualitas layanan guna meningkatkan minat kunjung konsumen
 - b. Bagi pihak akademik, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan banyak informasi tentang lokasi, promosi, kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan minat kunjung konsumen.
2. Praktis
 - a. Bagi penulis diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan jika nantinya terjun ke dunia kerja.
 - b. Bagi pihak luar, penelitian dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.