

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keindahan serta pesona alam yang menakjubkan. Di mana Indonesia terdiri dari ribuan pulau, ratusan suku bangsa, dan juga berbagai kebudayaan. Hal ini membuat Indonesia disebut sebagai surga dunia yang memiliki ciri khas tersendiri dengan keanekaragaman wisata dan juga budaya yang berbeda-beda di setiap daerahnya. Potensi wisata yang berkembang dan mengalami pertumbuhan menjadikan pariwisata sebagai sektor ekonomi yang dikembangkan pemerintah untuk pembangunan Indonesia yang lebih baik, dan juga pariwisata berperan sebagai sarana promosi. Saat ini pemerintah membangun dan mengedepankan sektor wisata yang telah ada untuk dijadikan penggerak perekonomian masyarakat. Diharapkan melalui pariwisata ini dapat mengurangi angka pengangguran, dan juga meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Liburan dengan mengunjungi tempat wisata seolah menjadi gaya hidup masyarakat diberbagai kalangan untuk mengalihkan pikiran dari padatnya aktivitas dan pekerjaan yang melelahkan setiap harinya. Hal tersebut membuat masyarakat maupun investor mulai terjun dan melibatkan diri dalam dunia pariwisata.

Secara normatif pariwisata saat ini seharusnya semakin berkualitas, lebih akuntabel, lebih kreatif, lebih inovatif, serta tidak membosankan untuk dikunjungi,

namun pada praktiknya sering kali tempat wisata tidak dikelola dengan baik, banyak hal yang harus di perbaiki diantaranya strategi promosi, arah petunjuk jalan atau plang yang masih sedikit, sumber air yang kurang, pengembangan kelengkapan tempat wisata yang lambat, serta pengelolaan tempat wisata yang tidak berkelanjutan, di mana pengelolaan tersebut harusnya sejalan dengan peningkatan beberapa faktor faktor yang dapat berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali ke suatu objek wisata. Hal ini menjadi penting karena di era yang semakin maju tuntutan terhadap pariwisata tinggi, masyarakat membutuhkan wisata yang memberikan kenyamanan serta rasa aman selama berada di lokasi wisata. Dan akhirnya masyarakat membutuhkan wisata yang dapat memudahkan segala kegiatan serta memiliki pelayanan baik dengan harga yang terjangkau.

**Kawatu et al., (2020)**, menyatakan bahwa minat berkunjung kembali adalah seseorang yang memiliki sikap mental untuk melakukan dalam melakukan sesuatu di waktu yang tidak ditentukan.

**Marhanah & Wahadi, (2016)**, mengungkapkan bahwa fasilitas merupakan sarana dan prasarana untuk mendukung operasional tempat wisata agar dapat mengakomodasi segala kebutuhan wisatawan, walaupun hal ini tidak secara langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan pariwisata.

**Ikmala et al., (2020)**, menyatakan bahwa harga merupakan sesuatu benda yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa.

**Marpaung (2019)**, mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan ialah perbedaan antara ekspektasi sebelum mengunjungi objek wisata dan kenyataan setelahnya.

Sumatra barat menjadi tujuan wisata yang sering dikunjungi. Salah satu daerah di Sumatra Barat yang mengalami perkembangan cukup pesat di bidang pariwisata adalah kabupaten Agam. Hal ini terbukti dengan antusias wisatawan yang berdampak pada tingginya jumlah pengunjung ke kabupaten Agam. Wisata yang semakin berkembang di kabupaten Agam adalah Lawang Park. Lawang Park terletak di Lawang, kecamatan Matur, kabupaten Agam. Lawang Park merupakan objek wisata alam pegunungan. Tempat wisata ini menyuguhkan pemandangan Danau Maninjau dan pegunungan yang mengelilinginya. Beragam produk wisata lain diantaranya vila, pondok wisata, spot foto seperti taman dan perahu kayu, kebun stroberi, rumah unik, dan meeting room. Lawang park juga menyediakan berbagai macam menu masakan dan minuman tradisional, sehingga pengunjung akan lebih mengenal budaya lokal. Wisatawan yang berkunjung biasanya membawa kendaraan sampai di lokasi karena akses jalannya yang mudah dan aman.

Pada saat hari libur nasional Objek Wisata Lawang Park sangat dipadati oleh wisatawan sehingga terkadang berdampak pada kemacetan di jalan sekitar Lawang. Jumlah pengunjung yang meningkat disinyalir karena adanya kepuasan berkunjung dan hal tersebut juga membuat meningkatnya minat berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil pemeriksaan terhadap laporan kunjungan Objek Wisata Lawang Park beberapa tahun terakhir ditemukan adanya peningkatan jumlah pengunjung sebagaimana yang terlihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1

Perkembangan pengunjung Tahun 2015-2019 di Objek Wisata Lawang Park

Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase
2015	29.737	-
2016	30.601	3%
2017	34.291	10%
2018	39.291	12,7%
2019	41.652	5,6%
Jumlah	175.572	31,3%

Sumber : Laporan pengunjung - Buku Tahun 2020 Objek Wisata Lawang Park

Berdasarkan data di atas, dapat dijelaskan bahwa pengunjung sepanjang tahun 2015 s/d 2019 mengalami fluktuasi, dapat terlihat adanya kecenderungan peningkatan jumlah pengunjung. Fluktuasi ini dapat terjadi karena adanya hari libur Nasional, acara dari pihak pengelola, dan berbagai event lainnya. Melihat kenyataan ini maka perlu adanya upaya yang maksimal dari pihak pengelola untuk dapat meningkatkan faktor faktor yang yang menjadi penunjang peningkatan jumlah pengunjung serta minat berkunjung kembali ke Objek Wisata Lawang Park.

Namun dibalik upaya peningkatan minat berkunjung kembali ada beberapa masalah seperti dari segi fasilitas wisata. Seseorang yang akan berkunjung ke suatu objek wisata biasanya dipengaruhi kelengkapan fasilitas yang ada. Pada saat ini pengelola Objek Wisata Lawang Park sedang melakukan peningkatan terhadap beberapa fasilitas wisata. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan kepuasan konsumen sehingga Objek Wisata Lawang Park mampu bersaing dengan kompetitornya.

Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi pengunjung. Seseorang yang akan berlibur pasti lebih dahulu memperhitungkan biaya yang akan mereka keluarkan di suatu tempat wisata. Namun yang paling penting adalah kesesuaian antara kepuasan yang mereka dapatkan dengan harga yang akan di keluarkan. Tempat wisata harus memberikan harga yang pantas, namun Objek Wisata Lawang Park pada hari Sabtu dan Minggu menerapkan kenaikan harga dari hari biasanya bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini terkadang mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung.

Selain fasilitas wisata dan harga, hal paling utama yang memengaruhi pengunjung adalah tingkat kepuasannya pada saat berkunjung. Setelah melakukan kunjungan seseorang pasti mempunyai penilaiannya tersendiri. Jika seseorang merasa puas maka hal itu akan menjadi pengaruh positif bagi tempat wisata tersebut. Objek Wisata Lawang Park sedang menjadikan kepuasan sebagai prioritas utama agar Objek Wisata Lawang Park lebih berkembang sehingga hal tersebut menjadi pendorong agar pengunjung melakukan kunjungan kembali serta dengan senang hati merekomendasikan tempat wisata tersebut kepada orang lain.

Penelitian mengenai faktor yang menyebabkan minat berkunjung ulang telah banyak dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh **Susanto & Nursamsu, (2020)**, menunjukkan bahwa bauran pemasaran serta citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat wisatawan kembali. Sementara **Soeid et al. (2020)**, menyatakan bahwa e-wom berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan, daya tarik berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Sedangkan menurut **Iranita and Alamsyah (2019)**, mengungkapkan bahwa citra destinasi dan aksesibilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap variabel minat kunjung ulang.

Berdasarkan penelitian **Bahar et al. (2020)**, menyatakan bahwa fasilitas pariwisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan secara positif dan signifikan. Sejalan dengan penelitian **Marhanah and Wahadi (2016)**, menyatakan bahwa fasilitas wisata serta kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif pada kepuasan pengunjung. Sementara **Sulistiyana (2015)**, menyimpulkan bahwa variabel fasilitas wisata berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Menurut **Ikmala, Mufidah, and Fibriyani (2020)**, menyatakan bahwa marketing mix besar pengaruhnya pada kepuasan pengunjung. **Yosua and Sinambela n.d.(2019)**, menunjukkan bahwa kualitas pelayan dan harga berpengaruh pada minat beli ulang secara positif dan signifikan. Menurut **Tengku Putri Lindung Bulan , M. Lutfi Azmi (2019)**, menjelaskan bahwa produk, harga promosi, lokasi dan bukti fisik berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di tempat wisata.

**Kawatu et al. (2020)**, menyatakan bahwa variabel yang terdapat dalam penelitiannya memiliki pengaruh secara langsung walaupun tidak melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Begitu juga hasil penelitian **Pratiwi, Soetjipto, and Hermawan (2018)**, mengenai pengaruh atraksi dan fasilitas terhadap niat mengunjungi kembali dengan kepuasan sebagai variabel intervening, menyatakan bahwa setiap variabel berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berkunjung kembali dan kepuasan.

Penelitian ini berbeda dengan **Marpaung (2019)**, menyatakan bahwa daya tarik wisata, fasilitas wisata serta kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang, keselamatan wisatawan tidak signifikan pengaruh langsungnya baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang.

Berdasarkan latar belakang dan perlunya perluasan penelitian yang didukung teori yang melandasi, maka penelitian ini akan meneliti tentang “ **PENGARUH FASILITAS WISATA DAN HARGA TIKET TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA OBJEK WISATA LAWANG PARK** “.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi sehingga Objek Wisata Lawang Park belum dikenal luas.

2. Arah petunjuk jalan atau plang menuju Objek Wisata Lawang Park hampir tidak ada sehingga menyulitkan wisatawan.
3. Kurangnya sumber air di Objek Wisata Lawang Park.
4. Beberapa spot seperti taman bunga dan kebun stroberi tidak terawat dengan baik pada Objek Wisata Lawang Park .
5. Tidak adanya wahana permainan bagi anak-anak di Objek Wisata Lawang Park.
6. Objek Wisata Lawang Park belum menyediakan hiburan seperti live musik bagi wisatawan.
7. Minimnya perangkat outbond pada Objek Wisata Lawang Park.
8. Pengelolaan fasilitas parkir di Objek Wisata Lawang Park lambat.
9. Kenaikan harga di setiap akhir pekan pada Objek Wisata Lawang Park menyebabkan penurunan jumlah pengunjung.
10. Banyaknya wisatawan kecewa karena peningkatan fasilitas pada Objek Wisata Lawang Park tak kunjung usai.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas, maka penelitian ini membatasi dalam hal yang hanya menyangkut kepada fasilitas wisata (X1) , harga tiket (X2) terhadap minat berkunjung kembali (Y) dengan kepuasan (Z) sebagai variabel intervening pada Objek Wisata Lawang Park.

### **1.4 Perumusan Masalah**

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

1. Bagaimanakah pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park ?
2. Bagaimanakah pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park ?
3. Bagaimanakah pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park ?
4. Bagaimanakah pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park ?
5. Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park ?
6. Bagaimanakah pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park ?
7. Bagaimanakah pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park ?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park.

4. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata Lawang Park.
6. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pada Objek Wisata Lawang Park.
7. Untuk mengetahui pengaruh harga tiket terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Objek Wisata Lawang Park.

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

#### 1) Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempertimbangkan faktor fasilitas wisata, harga tiket, dan kepuasan terhadap minat berkunjung kembali. Dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik Objek Wisata Lawang Park dalam menjalankan bisnis maupun pengembangan objek wisata, maupun dalam menentukan kebijakan-kebijakan guna usaha peningkatan pemberian pelayanan yang lebih baik dalam meningkat kepuasan wisatawan.

#### 2) Peneliti

Memberi kesempatan untuk menerapkan teori manajemen pemasaran secara langsung atau dilapangan dan memberikan kemampuan dalam melakukan penelitian, sehingga memberikan pengalaman serta ilmu bagi

peneliti dan juga menjadi bahan perbandingan bagi peneliti untuk implementasi teori ke dalam praktek manajemen.

3) Masyarakat

Bahan bacaan yang kiranya dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh fasilitas wisata, harga tiket, dan kepuasan terhadap minat berkunjung kembali pada Objek Wisata lawang Park.

4) Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga pedoman untuk melakukan penelitian dengan variable yang sama.