

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara kepulauan yang luas negaranya merupakan daerah terbesar di Asia dan telah lama menjadi tujuan menarik bagi wisatawan dari seluruh dunia. Didukung dengan adanya bentang alam yang beragam, warisan budaya yang kaya, dan perekonomian yang dinamis. Hal tersebut membuat negara ini telah mengalami lonjakan pariwisata yang luar biasa.

Sehingga, industri pariwisata akan menjadi komponen penting dalam pembangunan perekonomian nasional Indonesia, terbukti dengan pemerintah memberikan prioritas pada sektor ini. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kunjungan wisata mancanegara ke Indonesia melebihi target. Pada tahun 2023 Kemenparekraf menargetkan angka sebesar 8,5 juta wisatawan, namun ternyata total wisata mancanegara meningkat sebesar 98,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 11,68 juta kunjungan. Target ambisius ini mencerminkan pengakuan pemerintah terhadap potensi sektor pariwisata dalam menghasilkan devisa negara dan menciptakan lapangan kerja.

Industri pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh berbagai faktor. Investasi dan destinasi pada sektor pariwisata terus meningkat apalagi sektor ini menjadi pendorong utama penciptaan lapangan kerja. Selain itu, daya tarik alam, budaya, dan sejarah yang dimiliki negara ini telah berkontribusi terhadap daya saing negara tersebut di pasar pariwisata global (Wahyuni et al., 2021)

Namun, kemajuan sektor pariwisata Indonesia tidak selalu berjalan dengan mulus, tetapi ada beberapa tantangan yang dihadapi. Menurut Ikatan Cendekiawan Pariwisata Indonesia, sektor pariwisata Indonesia masih menghadapi lemahnya daya saing, hal ini dikarenakan ketersediaan informasi yang kurang optimal, seperti destinasi wisata unggulan, destinasi wisata

tersembunyi, dan destinasi lainnya yang belum memiliki pengelolaan yang baik (Asadi dkk., 2021).

Pada dasarnya manusia akan selalu memerlukan pariwisata di hidupnya sebagai sarana untuk membebaskan pikiran dari rutinitas yang biasa mereka lakukan. Maka, hal ini bisa dijadikan suatu acuan bagi setiap negara maupun pemerintahan untuk bisa mengelola berbagai sumber daya, diantaranya adalah sumber daya manusia dan alamnya. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat aktivitas wisata agar wisatawan tertarik untuk mengunjungi wilayahnya. Tetapi, ketika kunjungan wisatawan yang datang tinggi, maka kepuasan wisatawan menjadi hal yang utama dan kitapun bertanggung jawab atas hal tersebut.

Perkembangan pariwisata di Indonesia sangatlah tinggi, seperti di daerah-daerah tujuan wisata, banyak wisatawan lokal dan mancanegara yang mencoba berbagai macam aktivitas wisata, mulai dari wisata alam, buatan, dan lain-lain. Perkembangan yang sangat signifikan juga terlihat apalagi setelah munculnya virus covid-19. Menurut data BPS, pada tahun 2023 di daerah Jawa Barat jumlah kunjungan wisata di provinsi tersebut mencapai angka 59.332.100 jiwa. Angka tersebut meningkat sebanyak 6 juta jiwa dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sama halnya dengan kunjungan ke wilayah ibu kota Jawa Barat yaitu Bandung. Bandung menjadi tempat kunjungan wisata yang cocok untuk dinikmati berbagai macam kalangan. Hal ini dikarenakan Bandung memiliki berbagai macam daya tarik yang ada seperti destinasi wisata alam, budaya, kuliner, dan lainnya. Jumlah kunjungan ke daerah Bandung sendiri tergolong cukup tinggi, apalagi jika dilihat, Bandung memiliki daerah yang luas untuk di-*explore*. Kunjungan wisata yang dilakukan oleh masyarakat ini biasanya bertujuan untuk refreshing, berlibur, mengisi akhir pekan, dan lain sebagainya. Berikut data BPS kunjungan wisata di daerah Bandung Raya:

Tabel 1.1 Kunjungan Wisata di daerah Bandung Raya

Daerah	2022	2023
Kabupaten Bandung	3.784.569	1.030.084
Kabupaten Bandung Barat	4.469.184	3.480.347
Kota Bandung	2.406.549	2.923.284
Kota Cimahi	74.809	110.767

Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2024)

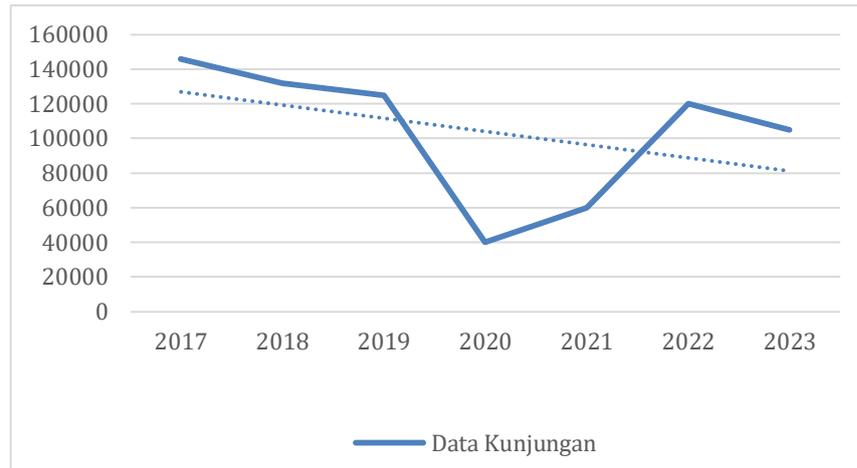
Data wisatawan diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan sebesar 1 juta jiwa ke kunjungan wisatawan di daerah Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat. Beda halnya dengan kunjungan ke Kota Bandung yang meningkat di angka 400.000 jiwa dan Kota Cimahi di angka 40.000 jiwa. Banyak faktor yang bisa menyebabkan terjadinya hal tersebut, seperti tingkat kepuasan wisata di daerah terkait, kualitas perjalanan ke daerah destinasi wisata, harga yang ditawarkan oleh destinasi wisata, dan lain-lain (Kotler & Armstrong, 2001).

Lalu, dari banyaknya inovasi wisata yang ada munculah destinasi wisata buatan yang unik dan menarik yaitu, The Lodge Maribaya. Destinasi ini adalah salah satu wisata buatan, yang didalamnya memuat berbagai aktivitas juga atraksi wisata didalamnya. Dibangun pada tahun 2015 yang terletak di Jalan Maribaya No. 149/252 RT 03 RW 15, Babakan Gentong, Cibodas Lembang, Kabupaten Bandung Barat. The Lodge Maribaya dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan potensi wisata di daerah Jawa Barat.

Menurut Hadinoto (1996:115) dalam (Putri Munggat, 2014) destinasi merupakan kawasan yang dipilih oleh seseorang untuk tinggal dalam waktu tertentu yang kawasannya sudah terencana dan sebagian atau seluruhnya memiliki pelayanan produk wisata, hotel, atraksi, rekreasi, restoran, toko barang, dan amenitas untuk wisatawan yang datang.

Lalu, The Lodge Maribaya ini sering menjadi pilihan favorit bagi wisatawan yang ingin mendapatkan ketenangan dengan suasana alam, menghindari kendaraan bermotor, dan merasakan koneksi yang lebih intim dengan lingkungan sekitar. Saat di destinasi wisata, peserta dapat mencoba berbagai macam atraksi yang tersedia disana, diantaranya adalah wahana *zip bike*, *valley swing*, *sky tree*, *bamboo sky*, *hot air balloon*, *new hot air balloon*, *funicular in & out*, dan *costum rent*.

Pada kali ini, peneliti memilih produk di tawarkan oleh The Lodge Maribaya untuk diteliti. Hal ini dikarenakan atraksi yang ditawarkan cukup menarik apalagi jika dilihat dengan lokasi yang berdekatan dengan unsur alam yang menjadi salah satu daya tarik wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat. Lalu, pada kali ini peneliti ingin melihat bagaimana produk/atraksi yang telah dibuat dan ditawarkan oleh The Lodge Maribaya dapat menarik pengunjung yang datang.



Gambar 1 Grafik Kunjungan Wisatawan ke The Lodge Maribaya

Sumber: (Data The Lodge Maribaya, 2024)

Dari gambar 1 yang berisi grafik diatas dapat dilihat bahwa adanya penurunan kunjungan wisatawan yang datang ke The Lodge Maribaya. Hal ini dapat menjadi masalah karena, jika terus dibiarkan maka tidak akan ada lagi wisatawan yang datang untuk berkunjung kesana. Selain itu, data yang didapatkan dari feedback yang disampaikan oleh wisatawan melalui ulasan google, terdapat beberapa ulasan buruk mengenai destinasi The Lodge Maribaya. Dari 21.800 ulasan, terdapat 4.360 ulasan buruk yang membahas pengalaman mereka berwisata di destinasi.

Tabel 1.2 Rekap Ulasan Google

Keluhan	Jumlah	Persentase
Harga	2310	53%
Kualitas Pelayanan	1311	30%
Fasilitas	739	17%

Sumber: (Olahan Peneliti, 2024)

Dari data tersebut, dapat disimpulkan jika adanya ketidakpuasan wisatawan yang terjadi di destinasi. Untuk urutan yang pertama yaitu faktor harga dan disusul oleh faktor kualitas pelayanan. Sehingga, sebanyak 20% dari 100% ulasan di Google menunjukkan bahwa masih ada wisatawan yang merasa tidak puas dengan harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang didapatkan seharusnya. Hal ini

menjadi masalah karena akan mempengaruhi tingkat kunjungan wisata ke destinasi menjadi menurun.

Menurut (Kotler, 2011) dalam (Qalati et al., 2019) tingkatan produk yang sesuai dengan harapan wisatawan merupakan kepuasan yang diperoleh. Selain itu menurut (Kotler, 2008) kepuasan adalah tingkat perasaan yang muncul pada seseorang yang dikarenakan membandingkan harapan mereka dengan kenyataannya. Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan jika wisatawan akan merasa puas ketika ekspektasi mereka terhadap suatu hal dapat terpenuhi.

Sehingga, munculah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan atau konsumen yang diutarakan oleh (Kotler & Armstrong, 2011) yaitu diantaranya kualitas produk wisata, kualitas pelayanan wisata, citra emosional, harga, dan biaya. Dari faktor-faktor tersebut ada 2 faktor yang menarik dan cocok dengan masalah yang dialami oleh The Lodge Maribaya, yaitu mengenai harga dan kualitas pelayanan wisata, sehingga kedua faktor ini akan diteliti oleh peneliti. Uang yang dibebankan kepada layanan jasa atau suatu produk merupakan definisi dari harga yang dikemukakan oleh (Kotler & Armstrong, 2001).

Wisatawan yang datang akan dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan oleh suatu destinasi, sehingga, harga adalah faktor yang penting dari adanya pemasaran pariwisata. Selain harga, adapun faktor yaitu kualitas pelayanan wisata. Kualitas pelayanan wisata akan terlihat dari tingkat kepuasan wisatawan yang mengunjungi destinasi, jika kualitas pelayanan sesuai dengan harapan, maka, pelayanan dinilai baik.

Pantauan secara langsung diperlukan agar The Lodge Maribaya dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Hal ini dikarenakan The Lodge Maribaya menyediakan beragam atraksi wisata yang memberikan pelayanan secara langsung. Sehingga, jika kualitas pelayanan yang diberikan maksimal, maka ekspektasi dan kepuasan wisatawan akan terpenuhi.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini penting dilakukan untuk mengatasi masalah kunjungan wisata yang menurun ke destinasi. Faktor lainnya juga akan diteliti oleh penulis untuk melihat seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh The Lodge Maribaya untuk kepuasan wisatawan

yang datang kesana, sehingga wisatawan yang datang akan merasa puas dengan pengalaman berwisatanya. Oleh karena itu, penulis mengangkat penulisan berjudul **“Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di The Lodge Maribaya”**

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkatan harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya?
4. Bagaimana Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di The Lodge Maribaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat penilaian responden pada harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan di The Lodge Maribaya.
4. Untuk menganalisis Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di The Lodge Maribaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bintang Reggyna Vinkan, 2024

PENGARUH KESESUAIAN HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI THE LODGE MARIBAYA

Universitas pendidikan indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan di dalam bidang pariwisata.
- b. Penelitian yang dilakukan diharapkan bisa menjadi acuan untuk mengetahui lebih detail mengenai Pengaruh Kesesuaian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di The Lodge Maribaya.
- c. Penelitian diharapkan menjadi sarana untuk penelitian berikutnya dan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait dengan hal yang diteliti.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini digunakan sebagai pengaplikasian ilmu-ilmu studi dari peneliti dan membantu untuk memenuhi tugas akhir pada masa perkuliahan.
- b. Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan untuk menjadi sarana pengembangan destinasi di The Lodge Maribaya agar sesuai dengan keinginan wisatawan.
- c. Bagi masyarakat, penelitian diharapkan dapat membuat masyarakat mengenal dan mengetahui adanya The Lodge Maribaya ini.