

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia sekarang mulai berkembang menjadi satu industri jasa yang berusaha memberikan pelayanan sehingga memuaskan wisatawan. Pariwisata menjadi perangkat penting dalam pembangunan, karena pariwisata dapat menyediakan wadah untuk usaha serta pendapatan masyarakat sekitar. Pemerintahan daerah dan negara dapat turut memperkenalkan seni budaya dan alam Indonesia yang indah kepada wisatawan. Budaya yang beranekaragam dan alam yang indah yang dimiliki oleh Indonesia, dijadikan sesuatu modal untuk menarik minat orang-orang untuk berkunjung.

Sumber daya alam Indonesia yang kaya dengan berbagai perbedaan budaya, menjadikan Indonesia sebagai suatu pengembangan wisata yang tepat. Pengembangan pertumbuhan ekonomi serta pembangunan suatu negara dapat dipengaruhi oleh pariwisata. Penerimaan devisa dapat ditingkatkan oleh pariwisata jika dikembangkan dengan fokus dengan berbagai ide. Dalam pelaksanaannya, bidang pariwisata dapat menambah kesempatan kerja, menambah lapangan usaha, mendorong pembangunan, meningkatkan pendapatan daerah, dan kesejahteraan. Pariwisata adalah bagian proses pembangunan yang tersusun. Aktifitas ekonomi, sosial budaya, dan politik dilibatkan dalam pembangunan bidang pariwisata.

Berdasarkan Undang-Undang Tentang Kepariwisata no 10 tahun 2009 menerangkan bahwa pendapatan nasional ditingkatkan atas aktifitas kepariwisataan dengan tujuan meningkatkan kemakmuran rakyat dan kesejahteraan, pemerataan dan memperluas lapangan kerja dan kesempatan untuk berusaha, meningkatkan pembangunan daerah,

memanfaatkan dan memperkenalkan daya tarik dan objek wisata di Indonesia serta meningkatkan rasa bangga dan cinta akan tanah air Indonesia (Wisnu Setiawan, 2009).

Kemajuan pariwisata dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi. Aktifitas pariwisata menghasilkan suatu permintaan. Permintaan yang dihasilkan, dapat dikonsumsi maupun dijadikan untuk investasi sehingga kegiatan produksi barang dan jasa terjadi. Aktifitas kegiatan berbelanja oleh wisatawan akan menimbulkan berbagai permintaan. Berdasarkan klasifikasi jenis wisata di Sumatera Barat pada tahun 2018, dari data Biro Statistik Sumatera Barat diperoleh data bahwa ada sekitar 272 wisata alam, 251 wisata bertemakan bahari dan 211 tempat yang bertemakan budaya dan 141 wisata sejarah. Sumatera Barat memiliki tempat yang banyak menjadi target oleh wisatawan untuk datang karena sudah memiliki fasilitas pariwisata yang lengkap. Budaya Minangkabau yang unik dan alam yang indah menjadikan Sumatera Barat dikenal oleh wisatawan.

Di Sumatera Barat sendiri terdapat beberapa pelaksanaan kegiatan internasional yang dirancang dengan tujuan pengembangan pariwisata. Yang pertama adalah *Tour De Singkarak*, yang merupakan kompetisi balapan sepeda internasional yang diselenggarakan di daerah Sumatera Barat. Selanjutnya *Fly For Fun In Like Maninjau*, adalah kompetisi paralayang yang diselenggarakan di Maninjau Kabupaten Agam.

Yang terakhir adalah Mentawai *International Pro Surf Competition* yang merupakan suatu kompetisi kejuaraan selancar di Mentawai yang rutin dilaksanakan di Sumatera Barat.

Salah satu tempat wisata yang dikenal Kabupaten Agam berupa dataran tinggi di provinsi Sumatera Barat yaitu Puncak Lawang. Dari tempat ini, dapat melihat keindahan Danau Maninjau. Tempat ini pada zaman penjajahan sering menjadi tempat untuk beristirahat para bangsawan Belanda. Puncak Lawang juga dijadikan tempat untuk kompetisi paralayang internasional.

Jika dalam kondisi cuaca cerah, Puncak Lawang akan terlihat lebih indah karena langit biru dan awan yang menggempul di sekitaran. Langit yang bewarna biru disertai dengan awan yang berbentuk kapas putih menjadi suatu kombinasi sempurna sehingga terlihat seperti negeri di atas awan. Berbagai arena permainan untuk wisatawan sudah tersedia di Puncak Lawang. Selain itu, pepohonan pinus yang rindang, tersusun berjejeran menjadikan Puncak Lawang semakin indah dan sejuk. Sesuatu hal yang beda dan menarik dengan tempat lainnya dibutuhkan wisatawan agar datang mengunjungi Puncak Lawang.

Kedatangan wisatawan akan menunjang pendapatan masyarakat di sekitaran objek wisata. Berbagai macam usaha dikembangkan oleh masyarakat di sekitaran Puncak Lawang sehingga dapat menjadi lahan untuk pendapatan masyarakat di sekitaran objek wisata. Kegiatan tahunan internasional yang diadakan di Puncak Lawang adalah pelaksanaan kompetisi paralayang internasional atau dikenal juga dengan *FlyFor Fun In Like* Maninjau. Karena itulah Puncak Lawang dikenal sebagai tempat terbaik untuk paralayang di Asia Tenggara. Acara ini merupakan cara untuk memperkenalkan pariwisata Maninjau serta Sumatera Barat ke mancanegara.

Selanjutnya dari sebagian wisatawan yang datang kesana masih mengeluhkan beberapa fasilitas yang disediakan disana belum sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh pihak pengelola. Hal lain dapat juga dilihat dari data jumlah pengunjung yang ada pada objek wisata Puncak Lawang Kabupaten Agam selama satu tahun terakhir pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1

Tabel Pertumbuhan Jumlah Pengunjung Pada Objek Wisata Puncak Lawang Selama Bulan Januari-Desember 2018

Bulan	Jumlah Pengunjung	Persentase/% (Pertumbuhan)
Januari	1820	
Februari	1652	-10
Maret	1425	-14

April	1570	9
Mei	988	-59
Juni	2045	52
Juli	2171	6
Agustus	1840	-18
September	1558	-18
Oktober	1230	-26
November	1947	36
Desember	2150	9

Sumber: Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kab. Agam

Dari data tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah pengunjung berfluktuasi dari bulan ke bulan. Pada bulan Januari sampai Maret terjadi penurunan jumlah wisatawan. Sedangkan pada bulan April terjadi peningkatan sebesar 9%. Penurunan yang sangat signifikan terjadi pada bulan Mei sebesar 59%, sedangkan pada bulan Juni terjadi peningkatan sebesar 52% dan pada bulan Juli sebesar 6%.

Berbeda halnya pada bulan Agustus sampai bulan Oktober, terjadi lagi penurunan jumlah wisatawan sebesar 18% sampai dengan 26%. Akan tetapi pada bulan November dan Desember terjadi peningkatan jumlah wisatawan yaitu sebesar 36% dan 9%.

Selanjutnya untuk memperkuat data dan fenomena pada penelitian ini, peneliti melakukan survei awal yang berkaitan dengan harga, lokasi, fasilitas dan kepuasan terhadap 30 orang wisatawan. Adapun hasil survei awal tersebut disajikan pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2
Data Survei Awal Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang Tahun 2018

No	Pernyataan	Jawaban		Presentasi(%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya puas setelah mengunjungi objek wisata puncak lawang	13	17	43,33	56,66
2	Harga tiket masuk yang ditawarkan	16	14	53,33	46,66

	terjangkau				
3	Lokasi mudah dijangkau	14	16	46,66	53,33
4	Fasilitas yang ditawarkan lengkap	16	14	53,33	46,66

S
umber:
Data
Survei

Awal, Mei 2018

Berdasarkan tabel 1.2 pada item pernyataan pertama responden menjawab Ya sebanyak 43.33% , sedangkan yang menjawab Tidak sebanyak 56.66%. Pada item pernyataan kedua responden menjawab Ya sebanyak 53.33%, sedangkan yang memilih Tidak 46.66%. Selanjutnya item pernyataan ketiga responden memilih Ya sebanyak 46.66%, yang menjawab Tidak sebanyak 53.33%. Kemudian pada item pernyataan keempat responden yang menjawab Ya sebanyak 53.33%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 46.66%. Dari penjelasan tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa kepuasan dan lokasi yang ditawarkan objek wisata puncak lawang belum dapat dikatakan baik.

Berdasarkan penjelasan dan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa ada fenomena yang menarik untuk diteliti ,dan faktor apa yang membuat konsumen tertarik berkunjung ke Objek Wisata Puncak Lawang, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat variabel harga, lokasi dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang.

Adapun variabel yang akan diteliti adalah kepuasan konsumen yaitu merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono & Chandra, 2012). Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Kotler, & Keller, 2009).

Kepuasan pengunjung juga dapat dipengaruhi oleh harga, yang merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono & Chandra,

2012). Sementara menurut Kotler & Armstrong(2008) harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atas jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atas menggunakan produk atas jasa tersebut. Hal ini didukung oleh hasilpenelitian terdahulu yang dilakukan (Teguh, 2015) menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mahmud, Jusoff, & Hadijah, 2013) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya kepuasan pengunjung dapat dipengaruhi lokasi, yaitu merupakan setiap lapisan perantara pemasarannya akan melaksanakan semacam tugas dalam membawa produk dan kepemilikan lebih dekat kepada pembeli akhir. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Kotler&Keller, 2009). Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Abdullah, 2016) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung.

Selain harga dan lokasi, kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh fasilitas yaitu, sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa (Lupiyoadi & Hamdani, 2009). Fasilitas bagian dari physical evidence, physical evidence meliputi fasilitas fisik organisasi (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya (Tjiptono & Chandra, 2012). Sama seperti sebelumnya hal ini juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Teguh, 2015) menemukan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nur Cholida, 2017) menemukan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan fenomena dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi: Objek Wisata Puncak Lawang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya ada beberapa masalah yang akan diteliti, antara lain:

- a. Bagaimana Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Kengunjung Objek Wisata Puncak Lawang ?
- b. Bagaimana Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang ?
- c. Bagaimana Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah :

- a. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang.
- b. Untuk Menganalisis Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang.
- c. Untuk Menganalisis Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Puncak Lawang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan positif terhadap khasanah keilmuan manajemen ekonomi
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian dalam geografi pariwisata.
- c. Sebagai acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Agam, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang terkait dengan pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan perkembangan pariwisata di Kabupaten Agam.
- b. Bagi masyarakat setempat, penelitian ini diharapkan dapat merangsang keterlibatannya di sektor pariwisata.