

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Gresik merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang terkenal dengan julukan kota industri. Di sisi lain dari kota industri, pada kabupaten Gresik juga memiliki kekayaan alam yang cukup berpotensi. Keindahan kekayaan alam yang ada saat ini, banyak dimanfaatkan dan dikembangkan oleh pemerintah desa setempat untuk dijadikan sebagai objek wisata guna meningkatkan pembangunan desa maupun daerah serta memperlihatkan pemandangan indah kekayaan alam kabupaten Gresik maupun untuk sekedar bersantai. Terdapat banyak wisata alam yang ada di Kabupaten Gresik yang sangat menarik untuk dikunjungi salah satunya adalah destinasi Wisata Alam Gosari atau yang sering dikenal dengan Wagos.



Gambar 1.1 Wisata Alam Gosari

Wisata alam dan edukasi gosari (Wagos) adalah wisata alam yang telah berdiri selama 5 tahun dan menyuguhkan keindahan alam khas pedesaan yang memiliki pemandangan perbukitan kapur yang sangat indah (Disparbud, 2020). Wagos terletak di Desa Gosari, Kecamatan Ujungpangkah, Kabupaten Gresik. Dimana Wagos juga merupakan tempat rekreasi keluarga, karena seluruh wahana dan fasilitas dapat dinikmati seluruh kalangan mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa. Tempat wisata alam ini bertemakan nuansa negara Jepang. Wisata

Gosari memiliki perkembangan yang cukup pesat. Pengunjung wisata alam tersebut mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Hal ini dapat dilihat pada tabel yang menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan Gosari tahun 2019-2021, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Gosari Tahun 2019-2021

Bulan	2019	2020	2021
Januari	8.252	16.234	24.434
Februari	1.824	4.109	9.965
Maret	2.066	2.275	12.677
April	2.355	0*	8.002
Mei	716	0*	20.488
Juni	5.735	364	12.428
Juli	4.420	9.079	0*
Agustus	1.915	15.962	0*
September	2.315	10.419	0*
Oktober	2.926	11.605	19.505
November	5.521	10.261	15.706
Desember	17.890	15.406	29.177
Total	55.935	95.714	152.382

Sumber: DISPARBUD Gresik, 2021

(0* = tidak ada wisatawan karena penutupan wisata akibat Covid-19)

Berdasarkan data yang diperoleh dari pengelola Wagos dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gresik menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang sangat tinggi terkait jumlah wisatawan yang berkunjung ke Wisata Gosari pada tahun 2019 hingga 2021. Pada tahun 2019 total jumlah wisatawan yang berkunjung dari bulan Januari hingga Desember sebanyak 55.935 pengunjung, pada tahun 2020 meningkat sebanyak 95.714 pengunjung dan terjadi peningkatan cukup signifikan sebanyak 152.382 pengunjung dari bulan Januari hingga Desember tahun 2021.

Dari hasil yang menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tentunya didukung dari pengelolaan dan keunikan pada wisata tersebut

sehingga menarik pengunjung untuk datang berkunjung pada Wisata Alam Gosari. Oleh karena itu, Wisata Gosari memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan kembali karena memiliki keunikan tersendiri dimana pengelola harus dapat tanggap dan inovatif dalam proses pengembangannya. Dalam usaha mencapai suatu keunggulan dalam industri pariwisata adalah dengan memperoleh banyak pengunjung dan bisa mengungguli pesaing (Hidayah, 2017). Untuk itulah setiap orang yang terkait di dalamnya dituntut agar dapat melakukan pekerjaan dengan lebih baik, yang memenuhi dan memuaskan kebutuhan wisatawan secara maksimal.

Mengukur kepuasan wisatawan sangat bermanfaat bagi industri pariwisata dalam kegiatan evaluasi pariwisata yang dimiliki serta menganalisis posisi pariwisata dengan pariwisata yang lain. Umpan balik dari wisatawan secara langsung merupakan alat untuk mengukur kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan menurut Aritonang (2010) merupakan hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau menggunakan layanan jasa tersebut. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan wisatawan bisa dikatakan sebagai usaha untuk memenuhi sesuatu yang yang diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai acuan. Terdapat beberapa faktor pendorong kepuasan yaitu kualitas produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan yang ditunjukkan, faktor emosional dan kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa (Irawan, 2002).

Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan salah satunya yaitu bauran pemasaran jasa. Menurut Tjiptono (2005:30) bauran pemasaran jasa adalah sarana untuk menjadikan bagian organisasi yang berorientasi kepada konsumen. Penerapan bauran pemasaran jasa yang efektif akan menciptakan kegiatan operasional perusahaan maupun organisasi juga berjalan dengan efektif. Dalam penyampaian sebuah produk kepada konsumen, bauran pemasaran menjadi sangat penting dalam sebuah bisnis terutama dalam bisnis produk jasa, dikarenakan pebisnis berorientasi pada konsumen atau dalam bisnis pariwisata berorientasi pada wisatawan. Esensi utama dalam bauran pemasaran jasa yaitu

perlu keterlibatan secara langsung pegawai dalam proses pelayanan, sehingga peran karyawan menjadi kunci keberhasilan jasa. Keberhasilan lain dalam memasarkan jasa juga sangat ditentukan oleh sejauh mana atribut bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) dalam memuaskan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan (Sandria, 2019).

Meskipun tingkat kepuasan pada bauran pemasaran jasa sudah cukup baik, ada beberapa hal yang menjadi permasalahan yang perlu memperoleh perhatian guna meningkatkan kepuasan wisatawan di Wisata Alam Gosari adalah pada pengelolaan unsur-unsur bauran pemasaran jasa. Berdasarkan aspek bauran pemasaran jasanya meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses) dan *physical evidence* (bukti fisik).

Aspek bauran pemasaran jasa yang pertama adalah *product* (produk). Menurut Yoeti (2005:2016) produk pariwisata merupakan sejumlah fasilitas dan pelayanan yang disediakan dan diperuntukkan bagi wisatawan yang terdiri dari tiga komponen meliputi sumber daya, fasilitas dan transportasi yang membawa wisatawan dari satu tempat ke tempat lain. Produk yang dipasarkan perusahaan atau pengelola wisata haruslah sesuai dengan kebutuhan wisatawan (Abaharis dan Meirina, 2019). Wisata Gosari memiliki beragam produk wahana permainan yang digemari oleh wisatawan mulai dari permainan untuk anak-anak, remaja hingga dewasa. Keberagaman produk yang ada di wisata alam gosari meliputi berbagai spot foto yang menarik dan wahana-wahana lain yang terus bertambah dari mulai berdiri hingga saat ini. Selain itu, terdapat penawaran jasa yang ada di wisata alam gosari seperti jasa fotografer dan jasa penyewaan kuda. Banyaknya wahana dan layanan yang ada di wisata alam tersebut nantinya akan dapat menekan angka kejenuhan wisatawan dalam berkunjung ke wisata alam gosari.

Aspek selanjutnya adalah *price* (harga). Apabila pengelola wisata dapat melakukan penetapan harga-harga yang tepat dan sesuai dengan daya beli wisatawan maka hal tersebut akan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Menurut Kotler (2002) harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, sehingga suatu harga haruslah dapat dihubungkan dengan beragam barang atau pelayanan, yang akhirnya akan sama

dengan sesuatu yaitu produk dan jasa. Harga yang ditawarkan pada wisata alam gosari sangat beragam mulai dari tiket masuk hingga wahana-wahana yang dinikmati. Harga masuk wisata alam gosari adalah Rp 10.000,-/ orang, akan tetapi harga tersebut belum termasuk harga untuk bisa menikmati wahana-wahana lain di dalam wisata alam gosari. Sehingga biaya tambahan yang harus mereka keluarkan tergantung dengan wahana yang dipilih. Penentuan harga yang tepat dengan pasar sasaran akan mendatangkan kepuasan bagi wisatawan sebagai pasar sasaran. Selain itu, untuk harga parkir kendaraan sepeda motor sebesar Rp 5.000 dan Rp 10.000 untuk mobil. Dengan harga parkir yang telah disebutkan bahwasannya pada pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti dan 2 orang wisatawan, bahwa dengan harga parkir sebesar itu fasilitas parkirnya belum memadai. Tidak ada atap untuk kendaraan yang diparkir serta alas parkir masih berupa tanah dan bebatuan. Harga parkir tergolong tidak murah karena fasilitas yang tersedia tidak begitu memadai karena dibandingkan dengan biaya parkir pada tempat non pariwisata atau pusat perbelanjaan harganya lebih terjangkau untuk sepeda motor Rp 2.000 – Rp 5.000 dan dikenakan tarif Rp 8.000 – Rp 10.000 untuk mobil dengan fasilitas tempat parkir yang memadai (Dialeksis, 2022). Apabila penetapan harga sesuai maka wisatawan tidak merasa dirugikan dan melakukan kunjungan ulang ke tempat wisata tersebut.

Aspek lain pada bauran pemasaran jasa yaitu *place* (tempat). Tempat adalah suatu wilayah atau lokasi sebuah perusahaan atau objek wisata dapat menjalankan kegiatan operasionalnya untuk pelanggan atau wisatawan (Rambe, 2014). Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana jasa akan diserahkan. Lokasi wisata alam gosari berada pada suasana pedesaan dengan menyuguhkan panorama yang berupa persawahan dan bukit kapur yang indah. Berdasarkan survey awal yang dilakukan peneliti pada wisata alam gosari bahwa letaknya kurang strategis dan tidak mudah dijangkau dikarenakan berada di wilayah utara kabupaten Gresik dan akses jalan menuju lokasi memasuki wilayah pemukiman. Selain itu, pada wisata alam gosari tidak memiliki area parkir bagi wisatawan yang memadai bahkan menimbulkan kemacetan sehingga mengganggu pengguna jalan sekitar maupun wisatawan pada wisata alam gosari. Wisatawan akan

merasakan puas jika memperoleh kenyamanan dan kemudahan dari tempat atau lokasi yang dikunjungi.

Promotion (promosi) juga merupakan salah satu aspek bauran pemasaran jasa. Menurut Peter dan Olson (2014) promosi merupakan kegiatan yang dilakukan pemasar untuk memberikan informasi mengenai produk maupun jasa serta dapat merayu konsumen untuk dapat membeli atau menggunakan layanannya. Promosi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pemerintah dan pebisnis pariwisata untuk menyampaikan atau memberikan informasi mengenai objek-objek wisata alam serta seni dan budaya, sehingga dapat menarik calon wisatawan untuk berkunjung. Media promosi yang dilakukan oleh pihak Wisata Alam Gosari sangat beragam baik secara *online* maupun promosi secara *offline*. Promosi yang dilakukan secara *online* melalui media sosial berupa instagram dan tiktok. Selain itu berdasarkan sumber Cahaya Pena diperoleh informasi mengenai upaya pengenalan destinasi wisata alam gosari atau promosi juga dilakukan dengan adanya pagelaran seni dan budaya serta festival salah satunya yaitu festival jajanan tradisional (Suyit, 2018). Semua kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh pemerintah dan pengelola wisata alam gosari sebagai upaya untuk meningkatkan dan memberikan kepuasan wisatawan yang berkunjung.

Dalam memenuhi kepuasan wisatawan, tentunya harus ada orang (*people*) yang berperan. *People* (orang) merupakan orang-orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas organisasi atau perusahaan serta merupakan faktor penting yang memegang peranan besar bagi semua organisasi (Rambe, 2014). Dalam suatu organisasi yang bergerak pada jasa, unsur *people* ini bukan hanya menjalankan peran penting dalam bidang operasional saja, akan tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen atau wisatawan. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam memengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan image suatu perusahaan atau organisasi jasa yang bersangkutan. Untuk dapat melayani wisatawan di hari biasa maupun di musim puncak keramaian, Wisata Alam Gosari memiliki tenaga kerja yang dituntut untuk siap dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan, berpengetahuan dan berpengalaman sehingga wisatawan merasa puas. Akan tetapi,

tidak semua wisatawan dapat memperoleh kepuasan yang diberikan oleh pegawai. Terlebih pada masa pandemi saat ini pegawai yang diwajibkan menggunakan masker dalam bekerja, sehingga tidak semua wisatawan dapat mengartikan ekspresi yang diberikan oleh pegawai.

Selain aspek orang, *process* (proses) adalah faktor penting dalam membuat pelanggan atau wisatawan senang dan puas (Ramadani, 2020). Pentingnya elemen proses khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan, sehingga dari usaha yang dilakukan objek wisata dalam menjalankan aktivitas hubungannya dengan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan dengan penyampaian jasa yang baik. Wisata alam Gosari buka setiap hari pada pukul 07.30 – 17.00 WIB. Proses wisatawan ketika berkunjung pada wisata alam gosari harus melalui loket pembayaran terlebih dahulu, setelah itu kendaraan baru diizinkan masuk ke lokasi wisata alam dan wisatawan dapat menikmati pemandangan wisata alam gosari. Dalam menikmati wahana-wahana lain seperti penunggang kuda, mini trail, mini car dan penyewaan jasa fotografer, wisatawan harus mengeluarkan biaya lagi dan setiap wahana memiliki prosedur-prosedur yang berbeda. Selain menikmati wahana berbayar, wisatawan juga bisa menikmati fasilitas lain seperti spot foto, kantin, tempat istirahat dan lainnya. Setelah selesai berkeliling wisata tersebut, wisatawan dapat kembali keluar melalui pintu yang sama ketika awal masuk. Sehingga tidak ada perbedaan arah atau tempat antara wisatawan masuk serta keluar. Selain itu, pengelola juga melakukan proses pariwisata alam gosari dengan melakukan pembangunan infrastruktur, sarana dan prasarana yang mendukung jalannya aktivitas pariwisata.

Dari semua aspek yang dijelaskan sebelumnya, *physical evidence* juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Menurut Bachtiar (2016) *physical evidence* (bukti fisik) adalah suatu hal yang turut mempengaruhi kepuasan wisatawan untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan dalam melakukan liburan, tersedia sarana dan fasilitas dengan lengkap. Beberapa penikmat wisata alam gosari mengatakan bahwa yang menjadi andalan selain beberapa hal di atas adalah kualitas air yang bersih dan jernih, cuaca dan suhu udara yang sejuk lantaran jauh dari polusi udara,

makanan yang relatif sesuai dengan selera umum. Berdasarkan survei awal yang dilakukan dengan pengelola wisata alam gosari bahwa *physical evidence* atau sarana dan prasarana yang ada di wisata alam tersebut sudah lengkap seperti tersedia kamar mandi, mushola dan fasilitas lainnya. Akan tetapi, kelengkapan fasilitas sarana dan prasarana masih kurang diperhatikan oleh pihak pengelola. Berdasarkan pengamatan dan survei awal yang dilakukan kepada beberapa wisatawan menyatakan bahwa pada Wisata Alam Gosari terkait kebersihannya masih belum terjaga dengan benar, karena masih ditemukan banyak sampah berserakan dan minimnya tempat pembuangan sampah pada wisata alam tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sandria (2019) pada pengunjung taman wisata Kampoeng Radja di Kota Jambi dengan 256 orang pengunjung diperoleh bahwa secara simultan ke tujuh aspek bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Akan tetapi, secara parsial hanya aspek *promotion, people, process* dan *physical evidence* yang secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Sementara aspek *product, price* dan *place* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. (2019) di Bangladesh memperoleh hasil bahwa temuan dari penelitian mengungkapkan hubungan linier positif dari semua variabel bauran pemasaran jasa dengan kepuasan wisatawan kecuali kegiatan *promotion*. Dimana pada penelitian ini aspek *promotion* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Penelitian yang dilakukan oleh Rukiah (2018) menunjukkan bahwa *people* dan *process* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Hamdali et al. (2021) bahwa *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik”**.

Teknik pengumpulan data diambil melalui wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi

linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 25.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
2. Apakah *product* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
3. Apakah *price* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
4. Apakah *place* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
5. Apakah *promotion* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
6. Apakah *people* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
7. Apakah *process* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?
8. Apakah *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, terdapat beberapa tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Menilai dan Menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
2. Menilai dan Menganalisis pengaruh *product* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
3. Menilai dan Menganalisis pengaruh *price* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik

4. Menilai dan Menganalisis pengaruh *place* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
5. Menilai dan Menganalisis pengaruh *promotion* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
6. Menilai dan Menganalisis pengaruh *people* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
7. Menilai dan Menganalisis pengaruh *process* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik
8. Menilai dan Menganalisis pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan wisatawan pada Wisata Alam Gosari Kabupaten Gresik

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Secara Praktis

Dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengelola wisata sebagai dasar pertimbangan terkait pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan wisatawan. Sehingga pihak pengelola dapat memperbaiki sekaligus mengembangkan tempat wisata tersebut dengan lebih baik.

2. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat serta gagasan bagi perkembangan keilmuan mengenai bauran pemasaran jasa dan kepuasan wisatawan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan meneliti mengenai bauran pemasaran jasa dan kepuasan wisatawan pada objek wisata lainnya.