

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor dengan muatan peningkatan yang benar-benar dinamis dalam sistem ekonomi global, khususnya di negara maju. Indonesia yang di juluki sebagai *the biggest archipelago country in the world* terhitung dari Sabang sampai Merauke. Sapta Pesona tentunya memberikan manfaat untuk sektor pariwisata. Melalui Sapta Pesona diharapkan terwujudkan kebersamaan semua pihak untuk terciptanya lingkungan alam dan budaya yang luhur. Program ini menggambarkan bentuk partisipasi masyarakat untuk mendorong kemajuan suatu obyek wisata.

Program Sapta Pesona yang di terapkan di indonesia yaitu, aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, kenangan. Selain itu, kesadaran lingkungan secara positif memoderasi hubungan antara nilai dan sikap pribadi (Ahmad dkk., 2020). Program Sapta Pesona memiliki peranan yang sangat diharapkan dalam meningkatkan kesadaran, rasa tanggung jawab segenap lapisan masyarakat dalam bertindak dan mewujudkannya dalam kehidupan mereka sehari-hari khususnya pada destinasi wisata (Nasution dkk., 2020). Kondisi lingkungan dan fasilitas dapat mempengaruhi cara pengunjung dalam melakukan aktivitas di tempat wisata. Fasilitas tempat wisata dapat memberikan kenyamanan yang dirasakan pengunjung sehingga membuat keputusan untuk berkunjung.

Keputusan berkunjung adalah keputusan yang diambil seseorang sebelum mengunjungi suatu tempat atau wilayah dengan mempertimbangkan beberapa faktor. Perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung demi meningkatkan pendapatan bagi perusahaan. Konsumen ke suatau objek wisata pada dasarnya erat kaitannya dengan pelaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting bagi parawisata. Keputusan berkunjung wisatawan merujuk pada konsep keputusan pembelian konsumen yang diadaptasikan menjadi keputusan berkunjung. Meningkatkan kualitas fasilitas yang diberikan serta lebih inovatif dengan menciptakan wahana-wahana yang dapat disukai oleh semua orang dan menimbulkan pengalaman positif (Aprilia dkk., 2015). Model perilaku

pengunjung juga bermacam-macam, atau dengan kata lain pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui variabel-variabel di dalam studi perilaku konsumen cukup beragam. Penelitian yang dilakukan oleh (Kotler dkk., 2007) menggunakan pendekatan melalui variabel budaya, sosial, pribadi, dan sosiologi. Howkins dkk., (2010) menganalisis perilaku konsumen dengan menggunakan dua pendekatan yaitu faktor internal berasal dari dalam diri individu tersebut seperti keterampilan, kemauan, informasi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal berasal dari lingkungan yang ada disekeliling individu tersebut. Terlepas dari beberapa pendekatan yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat pula pendekatan dengan model TPB (*Theory Planned Behavior*) milik Ajzen dan Fishbein (1987) yang cukup merangkul pendekatan-pendekatan tersebut. Variabel yang terdapat dalam model ini ialah *Perception Behavior Control, Intention, Personal Human, Subjective Norm*

Perception behavior control mengacu pada persepsi seseorang tentang kemampuannya untuk melakukan perilaku tertentu. Perilaku adalah respons atau reaksi seseorang terhadap rangsangan eksternal. Kontrol perilaku juga dapat diartikan sebagai pemahaman tentang betapa sederhana atau rumitnya melakukan suatu tindakan berdasarkan pengalaman sebelumnya dan hambatan yang dapat ditemukan sebagai solusi dalam melakukan suatu tindakan (Bangun dkk., 2021).

Subjective norm adalah apa yang dipikirkan oleh orang lain terhadap perilaku kita. *Subjective norms* dibentuk oleh *normative belief* dan *motivation to comply*. Hal ini dapat diketahui melalui kepribadian dan pengalaman seseorang. Sikap merupakan fungsi dari *belief* (keyakinan) seperti misalnya seseorang yang percaya bahwa mewujudkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat yang *positive* atau *negative*, sikap yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan dan perilaku yang dirasakan (Schepers dkk., 2007).

Personal human (kepribadian seseorang) karakteristik khas yang dimiliki seseorang. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda-beda, yang dipengaruhi oleh faktor bawaan (genotip) dan faktor lingkungan (fenotip) yang saling berinteraksi terus-menerus. Individu bertindak dengan cara yang memungkinkan mereka untuk mengekspresikan nilai-nilai penting mereka dan

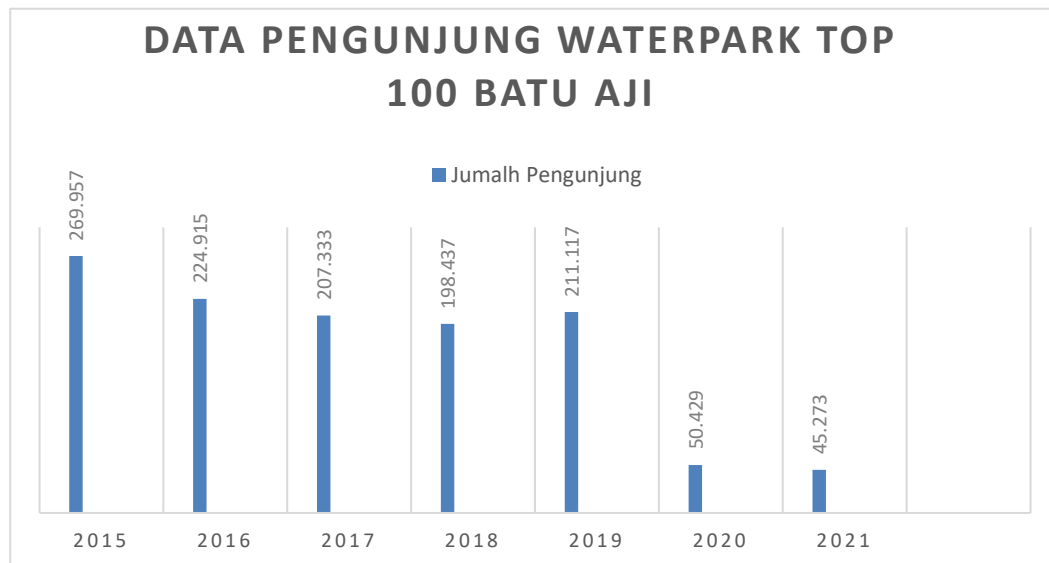
mencapai tujuan. Dengan demikian, memahami nilai-nilai pribadi berarti memahami perilaku manusia (Sagiv dkk., 2017).

Attitude atau niat adalah keputusan untuk bertindak dengan cara tertentu, atau dorongan untuk melakukan suatu tindakan, baik secara sadar atau tidak. Tindakan bisa berupa pembelian suatu produk atau layanan yang diberikan baik berupa fasilitas yang telah digunakan seseorang dalam perilaku mereka (Amalia dkk., 2017).

Fasilitas memiliki arti penting saat menarik minat pembeli, fasilitas merupakan suatu hal yang secara sadar disediakan perusahaan nantinya digunakan saat proses pembelian barang atau jasa (Manampiring dkk., 2016). Kualitas pelayan adalah segala perbuatan dan aktivitas yang di tawarkan ke individu lain. Secara umum, kualitas layanan itu tak berbentuk fisik dan tak berbentuk hak kepemilikan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas seorang pelanggan (Tiong dkk., 2018). Harga adalah jumlah nominal atau jumlah uang yang dibebankan atas produk atau jasa, dihitung pada nilai tukar konsumen atas penggunaannya. Pemasaran merupakan hal pertama penilaian suatu barang atau jasa adalah dari segi harga. Selain itu harga juga dapat mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi (Dasanti dkk., 2021).

Waterpark Top 100 Batu Aji adalah pesona wisatawan di Kota Batam dan *waterpark* paling besar di Batam. Banyak wisata yang dapat di jangkau dengan sejumlah keahlian lokal daerah yang menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat lokal (Karlina dkk., 2019). *Waterpark* Top 100 Batu Aji dikelola melalui Mall Top seratus Batu Aji dan merupakan tempat wisata dengan banyak wahana air. Letak dari *waterpark* ini berada di tengah kota, namun untuk sampai di lokasi wisata tersebut pengunjung harus berjalan beberapa meter dari jalan raya ke lokasi. Hal ini dikarenakan angkutan umum tidak melewati alur jalan belakang Mall Top 100 Batu Aji. Wahana yang bisa dinikmati mencakup kolam orang dewasa dengan intensitas 1.2 m, kolam renang untuk balita dengan kedalaman 70 cm, dan beragam jenis seluncuran anak-anak dengan intensitas ukuran yang sama. Adapun wahana lain yang tersedia yaitu seluncuran super *bowl* yang mendarat di arus air dan seluncuran tiga warna paling diminati oleh setiap pengunjung lokal serta wisatawan dengan kedalaman 1.2 m.

Waterpark Top 100 Batu Aji juga menyediakan fasilitas yang terdiri dari loker, pelampung namun dikenakan biaya tambahan. Selain itu *waterpark* ini menyediakan fasilitas yang tidak dibayar mencakup toilet umum, ruang bilas dan mushola. Biaya tiket untuk masuk ke *waterpark* Top 100 Batu Aji seharga Rp 35.000/2021 untuk Senin-Jumat, Sabtu-Minggu Rp 55.000/untuk (akhir pekan) dan hari libur nasional.



Gambar 1.1 Grafik pengunjung *waterpark* Top 100 Batu Aji 2015 - 2021

Mengacu pada gambar grafik pengunjung diatas, terlihat pada tahun 2020 penurunan drastis, *waterpark* Top 100 Batu Aji menurun secara substansial di masa pandemi COVID-19. Sebelumnya pada 2015 mencapai 269.957, namun pengunjung pada 2021 yaitu 45.273 pengunjung. Estimasi wisata lain di sekitaran *waterpark* TOP 100 Batu Aji juga mengalami penurunan pengunjung. Pada tahun 2019 adalah awal pandemi covid-19 kunjungan ke *waterpark* sangat tidak disarankan. Kepuasan terhadap kondisi cuaca merupakan penentu utama jumlah aktivitas pengunjung pada tempat rekreasi yang dibuat dalam bentuk *waterpark* yang dapat dikunjungi oleh masyarakat umum dan memberikan dampak positif bagi pengunjung dan lingkungan selama berkunjung ke destinasi (Lam-González dkk., 2019).

Pengelola sering melakukan promosi melalui *booklet* untuk pelanggannya dan juga untuk menarik perhatian calon pelanggan baru. Pelangan yang sering ke

waterpark menjadi target awal promosi, namun penjualan *booklet* semakin tahun semakin menurun. Pengunjung juga sering protes tentang air toilet mengalirnya lambat/tidak jalan saat ramai yang mengakibatkan para pengunjung mengalami kesulitan untuk membilas badan setelah berenang. Harga tiket masuk ke destinasi wisata *waterpark* Top 100 Batu Aji juga menjadi kendala bagi pengunjung, adapun pengunjung pada destinasi wisata ini didominasi oleh anak sekolah, dan harga tiket masuk kurang ekonomis bagi pelajar. Selain itu keramik yang ada dalam kolam sering pecah namun tentu pihak *waterpark* ada melakukan pengecekan tetapi banyak pengunjung tidak memperhatikannya mengakibatkan kecelakaan sehingga menyebabkan keraguan pengunjung untuk mengunjungi *waterpark*. Perilaku pengunjung yang melanggar peraturan keselamatan seperti berjalan di luar jalur dapat membahayakan pengunjung lain (Goh dkk., 2017). Dari penjelasan latar belakang di atas sehingga peneliti tertarik dalam analisis faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada *waterpark* TOP 100 Batu Aji.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang, rumusan masalahnya ialah

1. Apakah *Perception Behavior Control* mempengaruhi keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji?
2. Apakah *Attitude* mempengaruhi keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji?
3. Apakah *Personal Human* mempengaruhi keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji?
4. Apakah *Subjective Norm*, mempengaruhi keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui Pengaruh *Perception Behavior Control* terhadap keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji.
2. Mengetahui pengaruh *Attitude* terhadap keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji.

3. Mengetahui pengaruh *Personal Human* terhadap keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji.
4. Mengetahui pengaruh *Subjective Norm*, terhadap keputusan berkunjung ke *waterpark* TOP 100 Batu Aji.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada kajian penelitian ini yaitu sebagai berikut;

1. Penelitian tersebut hanya berkait dengan *Perception Behavior Control*, *Intention*(harga, fasilitas, kualitas pelayanan) *Personal Human*, *Subjective Norm* dan keputusan berkunjung.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengunjung yang sudah pernah ke destinasi *waterpark* Top 100 Batu Aji

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Mahasiswa
 - a. Menerapkan teori - teori yang telah di dapatkan selama perkuliahan
 - b. Menambah wawasan dan pengetahuan terkait metode yang di terapkan pada kajian penelitian
2. Manfaat untuk perguruan tinggi
 - a. Memberikan kontribusi dalam penambahan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi tambahan.
 - b. Menambah referensi untuk penelitian lebih lanjut yang lebih mendalam di masa yang akan datang.
 - c. Mengembangkan ilmu yang telah didapatkan pada pembelajaran perguruan tinggi yang akan dilakukan secara berkelanjutan.
3. Manfaat untuk *waterpark* Top 100 Batu Aji
 - a. Memberikan kontribusi berupa informasi dalam menarik perhatian pengunjung, baik dari segi fasilitas, ataupun kualitas pelayanannya.
 - b. Destinasi wisata dapat melakukan perbaikan fasilitas untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung.