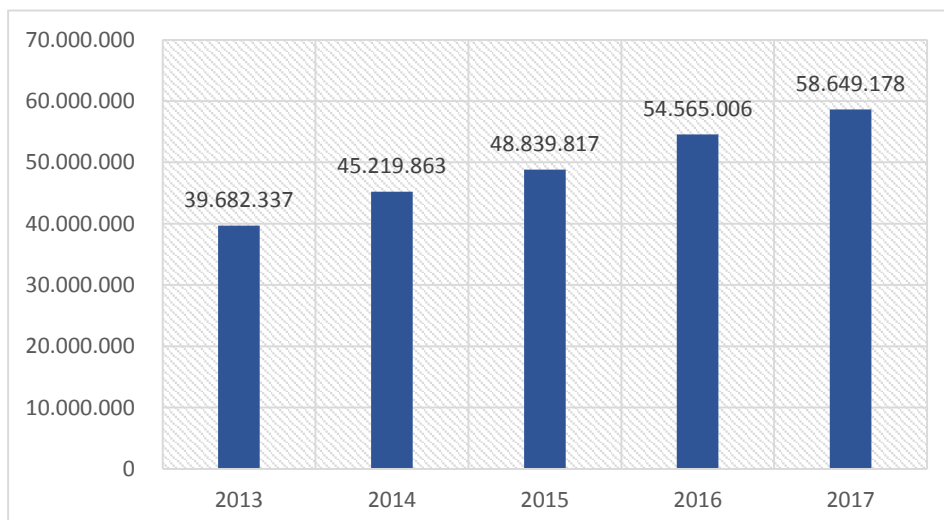


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang sangat kaya akan keindahan alam di berbagai daerahnya seperti pegunungan, pantai, hutan tropis, air terjun dan banyak lagi pesona alam lainnya. Dari keindahan alam tersebut merupakan modal dan potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor kepariwisataan di Indonesia. Untuk meningkatkan pariwisata, diperlukan suatu penanganan khusus dan juga diperlukan suatu manajemen yang baik (Alma 2013:342). Oleh karena itu potensi di sektor pariwisata harus terus dikembangkan oleh pemerintah karena sektor pariwisata memiliki potensi yang cukup baik dan mempunyai banyak manfaat. Salah satu manfaatnya adalah dapat meningkatkan pendapatan asli daerah. Hal ini memacu setiap daerah untuk mengoptimalkan potensi wilayahnya menjadi daya tarik wisata, termasuk wilayah provinsi Jawa Timur. Berikut adalah data yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung di wilayah Jawa Timur:



Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Provinsi Jawa Timur Tahun 2013-2017

Sumber: Disbudpar Provinsi Jawa Timur, Data Diolah.

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung di wilayah Jawa Timur dari tahun 2013 sampai tahun 2017 terus mengalami peningkatan. Maka kondisi seperti ini dapat menjadi sebuah peluang bagi industri pariwisata untuk terus mengembangkan usahanya.

Beberapa tahun ini juga sudah banyak tempat wisata yang berkembang pesat di kota-kota besar maupun di beberapa daerah baik wisata alam, wisata realigi, wisata kuliner, wisata edukasi dan lain-lain. Salah satunya adalah di Pulau Madura, saat ini Pulau Madura menjadi salah satu destinasi wisata bagi wisatawan domestik maupun asing. Pulau Madura memiliki 4 Kabupaten yaitu Kabupaten Sumenep, Pamekasan, Sampang dan Bangkalan. Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang mempunyai tempat wisata yang cukup banyak, seperti pasarean Syaichona Moh. Cholil, museum Cakraningrat, taman Paseban Bangkalan, labuhan mangrove *education park*, bukit jaddih dan masih banyak lagi. Tingginya minat wisatawan untuk berlibur di Pulau Madura menimbulkan persaingan bisnis yang kuat antar daerah yang menyediakan jasa pariwisata, dalam hal ini setiap daerah harus jeli melihat peluang dalam memasarkan tempat wisata yang dimiliki. Para pengelola destinasi wisata saling berlomba untuk meningkatkan angka kunjungan wisata. Selain itu Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang memiliki jumlah wisatawan yang cukup banyak. Berikut adalah data wisatawan yang berkunjung ke pariwisata yang ada di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2015-2018.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Asing dan Domestik Kabupaten Bangkalan

TAHUN	ASING	DOMESTIK	TOTAL KUNJUNGAN
2015	116 orang	1.777.135 orang	1.777.251 orang
2016	139 orang	1.693.953 orang	1.694.092 orang
2017	252 orang	1.565.276 orang	1.565.528 orang
2018	282 orang	1.773.447 orang	1.773.729 orang

Sumber: Disbudpar Kabupaten Bangkalan, Data Diolah.

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan asing maupun domestik di wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan mengalami fluktuatif tetapi cenderung naik untuk jumlah wisatawan asing. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan asing mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2015, jumlah wisatawan pada tahun ini sebanyak 1.694.092 orang. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan domestik mengalami penurunan tetapi untuk jumlah wisatawan asing mengalami kenaikan. Jumlah wisatawan pada tahun 2017 sebesar 1.565.528 orang. Jumlah wisatawan asing maupun domestik mengalami kenaikan pada tahun 2018 yaitu sebesar 1.773.729 orang.

Dalam penelitian ini peneliti memilih obyek wisata bukit jaddih karena obyek wisata tersebut memiliki potensi yang cukup baik untuk terus dikembangkan yang dapat membantu perekonomian daerah. Bukit Jaddih sebenarnya adalah sebuah penambangan batu kapur putih, dan bukan sebagai tempat tujuan wisata pada awalnya. Sebelumnya Bukit Jaddih tidak dimanfaatkan sebagai tempat wisata dan tidak dibuka untuk umum, namun sekarang ini Bukit Jaddih telah difungsikan menjadi tempat wisata dan dibuka untuk umum. Namun tetap dengan area pertambangan yang masih berlangsung hingga saat ini. Bukit Jaddih terletak di Desa Jaddih, Kecamatan Socah, Kabupaten Bangkalan Madura, Jawa Timur. Lokasi wisata ini hanya berjarak sekitar 10 kilometer dari pusat utama Kabupaten Bangkalan. Di Bukit Jaddih sendiri menawarkan beberapa wahana yang menarik

seperti disediakan area bermain perahu rakit yang bisa ditumpangi oleh beberapa orang untuk berkeliling di atas air danau yang berwarna hijau. Selain itu saat ini juga terdapat kolam renang dan spot yang bagus untuk berfoto.

Destinasi wisata yang bagus harus mampu menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung untuk memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan mereka selama berkunjung. Kotler (2009:45) menyatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal. Ketika fasilitas wisata dapat memberikan kepuasan maksimal kepada para pengunjung maka menjadi dasar yang baik untuk mereka melakukan kunjungan kembali dimasa yang akan datang dan kesediaan mereka untuk menceritakan hal-hal positif kepada orang lain.

Suatu tempat wisata yang dapat memberikan pengalaman yang tidak mudah dilupakan oleh pengunjung dengan cara memberikan pelayanan yang baik, suasana tempat yang nyaman, promosi yang menarik merupakan salah satu bentuk dari *experiential marketing*. Smilansky (2009:5) menyatakan bahwa *experiential marketing* merupakan proses untuk mengidentifikasi dalam memuaskan kebutuhan dan aspirasi konsumen yang disatukan melalui komunikasi dua arah sehingga membuat citra merek masuk dalam kehidupan konsumen. *Experiential marketing* dapat dihadirkan melalui lima unsur, yaitu: *sense* (indera), *feel* (perasaan), *think* (berpikir), *act* (tindakan), dan *relate* (hubungan).

Experiential marketing berusaha menciptakan pengalaman positif, unik, dan berkesan bagi para pengunjung suatu tempat wisata. Dalam konsep *experiential marketing* layanan harus mampu membangkitkan sensasi dan

pengalaman yang akan menjadi basis loyalitas pelanggan (Kartajaya dalam Handal, 2010:6). Selaku penyedia jasa di bidang pariwisata, tentunya harus mempunyai tujuan memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik sehingga nantinya dapat memuaskan pengunjung yang datang.

Peningkatan jumlah pengunjung wisata dibangun dari terciptanya kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata yang telah dikunjungi. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis. Menurut Sunyoto (2012:223) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan dalam memajukan bisnisnya. Terciptanya kepuasan pelanggan merupakan langkah awal perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini sangat menguntungkan perusahaan karena dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan membentuk pelanggan yang loyal terhadap perusahaan. Sungadji dan Sophiah (2013:105) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang melakukan pembelian ulang terhadap suatu perusahaan karena suatu alasan tertentu. Loyalitas pelanggan dapat membuat perusahaan cepat dikenal oleh masyarakat karena pelanggan secara tidak langsung ikut membantu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkannya.

Dari uraian latar belakang yang ada menurut saya permasalahan saat ini yang ada di wisata bukit jaddih kabupaten Bangkalan jika dilihat dari segi *Experiential Marketing* adalah kurangnya memberikan sebuah nilai lebih pada sebuah tempat wisata, yang berarti kurang memberikan pengalaman yang unik atau berkesan ketika pengunjung sedang berkunjung ke Bukit Jaddih. Selain itu

fasilitas yang ada di Bukit Jaddih juga harus lebih dikembangkan agar dapat membuat wisatawan asing maupun domestik untuk lebih tertarik berkunjung ke wisata Bukit Jaddih. Untuk menciptakan pengalaman yang memuaskan perlu diterapkannya pendekatan *Experiential Marketing* terhadap wisata bukit jaddih untuk mempengaruhi emosional pengunjung dengan cara menciptakan pengalaman yang memuaskan dan tidak terlupakan di benak pengunjung wisatawan. Ketika pengunjung wisatawan puas dengan pengalaman dan pelayanan yang di dapat ketika berkunjung di suatu wisata maka mereka akan menceritakannya kepada orang lain tentang pengalamannya dan itu bisa menjadi media promosi serta nilai tambah untuk perusahaan jasa wisata tersebut.

Keberadaan *experiential marketing* sangat bermanfaat dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena perusahaan bisa lebih menyentuh emosi dari setiap pelanggan atas jasa yang sudah dirasakan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnis. Terciptanya kepuasan pelanggan merupakan langkah awal perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini sangat menguntungkan perusahaan karena dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan membentuk pelanggan yang loyal. Sangadji dan Sophiah (2013:105) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang melakukan pembelian ulang terhadap suatu perusahaan karena suatu alasan tertentu. Loyalitas pelanggan dapat membuat perusahaan cepat dikenal oleh masyarakat karena pelanggan secara tidak langsung ikut membantu perusahaan dalam mempromosikan jasa atau produk yang ditawarkan.

Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam bentuk penelitian ilmiah dengan judul: **“Pengaruh *Experiential***

Marketing Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengunjung Wisata Bukit Jaddih Kabupaten Bangkalan)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan wisata bukit jaddih?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan wisata bukit jaddih?
3. Apakah *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan wisata bukit jaddih?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan wisata bukit jaddih.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan wisata bukit jaddih.
3. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan wisata bukit jaddih.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat yang berguna bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan serta pengalaman sehingga mengetahui variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
2. Bagi universitas, hasil penelitian ini diharapkan menjadi literatur mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dan pihak yang melakukan penelitian yang berkesinambungan dengan literature ini.
3. Bagi para penulis yang akan tertarik untuk meneliti kajian ini mengenai pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan, diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya.