

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia, kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan untuk kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Fenomena kebutuhan berwisata bukanlah menjadi hal yang asing lagi, semua itu disebabkan karena wisata sekarang telah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi oleh semua kalangan masyarakat, baik yang mampu maupun kurang mampu. Dengan tujuan sebagian besar sama yaitu untuk menyegarkan pikiran dari rutinitas sehari-hari, maka berbagai macam tema wisata ditawarkan di Indonesia. Salah satu contohnya yaitu wisata yang ada di kota Jambi yakni Danau Sipin atau yang lebih sering disebut dengan Sipin Lake. Semakin maraknya pertumbuhan pariwisata di kota Jambi, membuat para pecinta wisata semakin terpuaskan dengan keberagaman wisata yang ditawarkan. Adapun pariwisata lain yang ada di kota Jambi antara lain sebagai berikut:

Tabel 1.1

Daftar objek pariwisata di kota Jambi

No	Nama Destinasi Wisata
1.	Jambi Paradise
2.	Taman Rimba
3.	Kampoeng Raja
4.	Gentala Arasy
5.	Taman Anggrek
6.	Tugu Keris Siginjai
7.	Museum Siginjai
8.	Taman Tanggo Rajo, dll

Sumber: Data Diolah 2021

Wisata merupakan hal yang sangat diperlukan oleh setiap orang. Banyak sekali objek wisata yang bisa dipilih oleh wisatawan. Ada yang suka dengan wisata alam, wisata budaya dan ada juga yang lebih suka dengan wisata buatan. Indonesia adalah salah satu negara yang mempunyai beragam objek wisata dikarenakan banyaknya budaya, adat istiadat, kepercayaan, musim, suku, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak wisatawan yang berkunjung ke Indonesia.

Objek wisata dan daya tarik wisata merupakan suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang belum dikembangkan merupakan sumber daya yang potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata sampai adanya suatu perkebangan dari objek tersebut. Tanpa adanya daya tarik di suatu tempat, maka untuk kepariwisataan tersendiri sulit untuk dikembangkan. Faktor budaya menjadi salah satu hal yang dapat menarik wisatawan. Faktor budaya lahir dari warisan leluhur atau nenek moyang yang dikembangkan dan dikenalkan oleh pewarisnya. Untuk memperkenalkan budaya sebagai salah satu aspek dalam menarik minat wisatawan berkunjung maka harus

ada strategi untuk menjaga kebudayaan yang ada dari segi warisan budayanya sendiri dan dari segi kompetitifnya.

Persiapan dalam memasarkan sektor industri pariwisata, mempunyai peranan yang penting dalam upaya pembangunan dan pengembangan suatu daerah. Bahkan pada beberapa daerah, menunjukkan bahwa industri pariwisata mampu mendongkrak daerah tersebut dari keterbelakangan dan menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama. Seperti halnya danau sipin yang saat ini sedang gencar melakukan perbaikan ataupun pembangunan agar mampu bersaing dengan wisata-wisata yang ada di provinsi Jambi, karna saat ini danau sipin sedang di persiapkan untuk menjadi salah satu icon kota Jambi. Pihak pengelola terus berupaya agar setiap wisatawan yang datang bisa merasa nyaman dengan pelayanan,fasilitas,yang telah disediakan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, tetapi dalam pemasaran modern seperti ini paragdima pemasaran telah bergeser, tidak hanya menciptakan transaksi untuk mencapai keberhasilan pemasaran tetapi perusahaan juga harus menjalin hubungan dengan pelanggan dalam waktu yang panjang. Paragdima tersebut disebut Relationship Marketing dasar pemikiran dalam praktek pemasaran ini adalah, membina hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan

Menurut Soekarya (2009), memberikan definisi bahwa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam bentuk suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Dalam memperkenalkan wisata baru, untuk mengetahui bagaimana daya tarik wisatawan untuk berkunjung maka harus ada strategi dari pengelola untuk mengenalkan dan mempertahankan kepada calon wisatawan. Selain faktor budaya hal terpenting lainnya yang bisa menarik wisatawan untuk berkunjung adalah dari tingkat keunikannya. Karena semakin unik tempat wisata tersebut akan semakin menarik konsumen untuk berkunjung.

Banyak yang menjadi faktor yang berperan dalam meningkatkan rasa puas yang dirasakan pelanggan. Faktor Keramahtamahan (*hospitality*) merupakan salah satu faktor yang penting untuk semua perusahaan yang bergerak dalam bidang industri jasa maupun produk. *Hospitality* merupakan suatu tindakan yang diberikan kepada wisatawan pada suatu proses menerima dan memberi suatu pelayanan. Sebuah pelayanan bisa dikatakan ramah, apabila dinilai sendiri oleh pelanggan yang berinteraksi langsung pada saat pemberian pelayanan sedang dilakukan. Faktor yang satu ini tidak bisa diabaikan begitu saja, wisatawan akan merasa lebih nyaman dalam memakai industri jasa apabila elemen yang ada di dalamnya dapat memperlakukan dengan baik, salah satu contohnya dapat dilakukan dengan sikap serta etika yang baik terhadap wisatawan, kesan yang baik akan membuat wisatawan semakin loyal untuk terus mengonsumsi dan menggunakan suatu produk atau jasa.

(Savira & Suharsono, 2013) menjelaskan bahwa segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Daya tarik pariwisata adalah hal-hal yang menarik perhatian wisatawan

yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata, dengan memiliki empat unsur penting dalam suatu destinasi wisata:

1. Berbagai hal yang menarik perhatian wisatawan (*Attraction*)
2. Fasilitas-fasilitas yang diperlukan (*Facilities*)
3. Jasa-jasa transportasi (*transportasi*)
4. Keramahtamahan dalam pelayanan (*Hospitality*).

Hospitality memiliki arti keramah tamahan, kesopanan, keakraban, rasa saling menghormati. Jika dikaitkan dengan industri pariwisata, dapat diibaratkan bahwa *hospitality* merupakan roh, jiwa, semangat dari pariwisata. Tanpa adanya *hospitality* dalam pariwisata, maka seluruh produk yang ditawarkan dalam pariwisata itu sendiri seperti benda mati yang tidak memiliki nilai untuk dijual (Iaita et al., 2018). Katan (2009) menyatakan bahwa keramahan yang dimiliki orang Indonesia menjadi salah satu alasan yang kuat wisatawan berkunjung ke negara Indonesia.

Tujuan *hospitality* adalah untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk wisata daerah, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mendorong peningkatan kualitas dan kuantitas sumberdaya, serta mengoptimalkan pengelolaan potensi sumber daya pariwisata di kawasan tersebut. Pada kasus yang ada didalam skripsi ini pihak yang memberikan *hospitality* yakni:

1. Tukang parkir, dimana tukang parkir merupakan pihak pertama yang memberikan *hospitality*.
2. Para pedagang
3. Pemilik perahu
4. Pemain music

5. Para pemanjat tebing, skate board
6. Serta elemen lain yang ada di danau sipin

Faktor *hospitality* masyarakat merupakan unsur utama yang dapat memberikan keuntungan ekonomi secara langsung terhadap masyarakat lokal dan memberikan andil dalam pelestarian lingkungan. Konsep *hospitality* adalah sikap keramah tamahan dalam artian merujuk pada aktivitas kegiatan keramah tamahan yaitu penerimaan wisatawan dan pelayananan untuk para wisatawan dengan kebebasan dan kenyamanan. Faktor *hospitality* yang melibatkan masyarakat serta elemen yang berada di dalam wisata sangat penting untuk diterapkan dengan baik yang dapat memberikan perubahan dan keberlangsungan, baik jangka pendek maupun jangka panjang bagi masyarakat dan bagi pemerintah setempat untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di kawasan tersebut.

Pelaku pariwisata harus menyadari akan pentingnya perencanaan dalam pengembangan pariwisata sebagai suatu industri agar sesuai dengan apa yang telah dirumuskan dan berhasil mencapai sasaran yang dikehendaki, baik itu ditinjau dari segi ekonomi, sosial, budaya, juga lingkungan hidup. Untuk itu dapat dilihat bahwa pentingnya penerapan *hospitality* di suatu daerah tujuan wisata bukan saja hanya sebatas keramah tamahan dari sikap penduduk lokal tetapi juga yang perlu diperhatikan adalah keramah tamahan dari destinasi wisata itu sendiri, yaitu keramah tamahan atraksi wisata, amenities, akses, ancillaries, dan keterlibatan dari masyarakat lokal bukan hanya sebagai pelayan tetapi sebagai pemberi ide dan berpartisipasi dalam mengorganisir suatu destinasi pariwisata.

Berbagai objek wisata banyak ditawarkan di kota Jambi, salah satunya adalah Danau Sipin yang merupakan danau alami yang sudah tidak asing lagi bagi

masyarakat umum di Kota Jambi, objek wisata danau sipin merupakan salah satu potensi wisata yang dimiliki kota Jambi. Sebagian masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan danau itu masih ada yang memanfaatkan untuk budidaya perikanan (keramba). Namun saat ini Danau Sipin dengan luas 89,2 hektare dan berjarak sekitar empat kilometer dari pusat Kota Jambi itu sedang bersolek dan menjadi tempat favorit dikunjungi wisatawan lokal terutama sore hari untuk menikmati matahari terbenam.

Selain menikmati pemandangan pada sore hari, para pengunjung juga dapat membeli makanan ataupun minuman disekitar objek wisata yang diawarkan oleh beberapa pedagang. Jumlah pedagang yang ada di destinasi wisata danau sipin berjumlah kurang lebih 7 pedagang, 3 pedagang sudah memiliki kios untuk berjualan sedangkan sisanya masih berdagang dengan memanfaatkan tempat yang ada disekitar danau. Tidak hanya para pedagang saja yang memanfaatkan kesempatan untuk mendapatkan penghasilan, masyarakat sekitar danau memanfaatkan perahu yang mereka miliki untuk disewakan kepada wisatawan untuk berkeliling danau agar dapat menikmati pemandangan sekaligus merasakan sensasi berwisata air, lebih dari lima perahu yang dapat wisatawan pilih untuk sekedar berkeliling danau.

Pengembangan Danau Sipin dimulai pada tahun 2017 dengan pembangunan "jogging track" sepanjang 480 meter di bantaran objek wisata itu. Destinasi wisata Danau Sipin merupakan salah satu potensi wisata yang dimiliki Kota Jambi, kawasan Danau Sipin terdapat di kecamatan Danau Sipin Kec, Telanaipura tepatnya di Kelurahan Legok, Kelurahan Sungai Putri, Kelurahan Telanaipura dan Kelurahan Buluran. Kawasan Danau Sipin memiliki panjang sekitar

4.500 meter dan lebar rata-rata sekitar 300 meter lebih dengan kedalaman danau 2-6 meter. Danau Sipin memiliki lokasi yang strategis di tengah Kota Jambi, prasarana pendukung jalan yang memadai dan potensi ketersediaan lahan untuk dikembangkan.

Panorama alam yang indah alami dan kondisi air cukup tenang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk keramba ikan, sisi lainnya merupakan lokasi latihan atlit dayung. Cabang olah raga ini telah mengharumkan Kota Jambi ke dunia internasional melalui kejuaraan Perahu Naga di Malaysia, Hongkong dan China. Tidak hanya di manfaatkan sebagai keramba ikan saja salah satu masyarakat yang tinggal di tepian danau memanfaatkan dengan membuka sebuah wisata yang dikelola secara personalia. Biaya yang terjangkau untuk menikmati panorama danau yang indah membuat wisatawan banyak memilih danau untuk sekedar berkumpul ataupun bersantai, wisatawan cukup mengeluarkan biaya sebesar Rp1.000-2000 sebagai biaya parkir.

Danau-danau yang ada di wilayah Kota Jambi seluruhnya terbentuk secara alami diantaranya Danau Sipin, Danau Teluk dan Danau Buluran. Danau Sipin memiliki pemandangan panorama yang khas, dengan deretan perumahan khas melayu Jambi. Danau Sipin pada hakikatnya termasuk kategori Danau Laguna karena permukaan airnya dipengaruhi Sungai Batanghari melalui Anak Sungai Legok sebagai penghubungnya. Kawasan Danau Sipin sebagai kawasan wisata alam dan budaya khas Kota Jambi dengan memadukan danau dan kearifan lokal budaya masyarakat setempat.

Dari uraian latar belakang diatas maka penulis mengambil judul penelitian: **“Studi *Hospitality* Terhadap Minat Kunjung Ulang Pada Destinasi Wisata Danau Sipin”**.

1.2 Perumusan Masalah

Banyaknya destinasi wisata yang ada di Jambi, membuat pemerintah semakin kreatif dalam pengembangan wisata tersebut dengan berbagai cara. Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah adanya berbagai macam inovasi penunjang yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung. Untuk itu, di butuhkan langkah-langkah yang dilakukan dalam mempengaruhi wisatawan, salah satunya adalah factor *hospitality*. Indonesia di kenal dengan keramah tamahan masyarakatnya, hal inilah yang menjadi pertimbangan wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang ke Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumuan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor menyenangkan, menghibur, kepedulian, ramah dapat mempengaruhi minat kunjung ulang wisatawan di destinasi wisata danau sipin.
2. Apakah faktor menyenangkan, menghibur, kepedulian, ramah berpengaruh secara silmultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan di destinasi wisata danau sipin.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah faktor menyenangkan, menghibur, kepedulian, ramah berpengaruh terhadap minat kunjung ulang wisatawan di danau sipin

2. Untuk mengetahui faktor menyenangkan, menghibur, kepedulian, ramah berpengaruh secara simultan terhadap minat kunjung ulang wisatawan di destinasi wisata danau sipin.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pengelola wisata

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pengelola, agar dapat mengambil langkah dan keputusan guna melakukan persiapan dan perbaikan demi kemajuan destinasi wisata.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya bidang manajemen pemasaran

3. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah atau memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan dalam penerapan ilmu manajemen pemasaran, serta belajar belajar mengenai cara-cara penerapan teori yang penulis peroleh selama mengikuti perkuliahan dan kenyataan yang di hadapi di lapangan serta pengembangan penulis mengenai *hospitality* yang menjadi salah satu faktor mempengaruhi minat kunjung ulang