

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi nasional maupun daerah karena memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 4,3% pada tahun 2022 dan diproyeksikan terus meningkat seiring dengan pemulihan pascapandemi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan destinasi wisata menjadi faktor penting dalam menjaga pertumbuhan sektor pariwisata.

Keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya diukur dari banyaknya jumlah kunjungan, tetapi juga dari tingkat kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan menjadi indikator penting karena berpengaruh terhadap loyalitas, *revisit intention*, dan rekomendasi positif terhadap destinasi (Kotler & Keller, 2016). Menurut Oliver (1997), kepuasan muncul ketika pengalaman wisata sesuai dengan atau melebihi harapan wisatawan. Apabila tingkat kepuasan tinggi, maka wisatawan cenderung melakukan kunjungan ulang dan berkontribusi pada promosi positif destinasi.

Pada konteks regional, Malang Raya merupakan salah satu

destinasi unggulan di Jawa Timur dengan daya tarik wisata alam, buatan, dan edukatif. Persaingan antar destinasi di kawasan ini menuntut pengelola wisata untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan agar kepuasan dapat tercapai (Putri & Sudarmiati, 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat Suwena & Widyatmaja (2017), yang menegaskan bahwa kualitas pengalaman wisatawan menjadi faktor penentu daya saing destinasi.

Salah satu destinasi potensial di wilayah ini adalah Taman Rekreasi Sengkaling, yang berada di bawah pengelolaan Universitas Muhammadiyah Malang sejak tahun 2015. Meskipun memiliki daya tarik khas berupa wahana air bersumber alami (Pramuja, 2022), masih terdapat berbagai permasalahan yang dapat memengaruhi kepuasan pengunjung. Beberapa keluhan yang muncul berkaitan dengan kualitas pelayanan yang belum konsisten, kebersihan fasilitas yang kurang terjaga, minimnya inovasi wahana baru, serta promosi yang masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan wisatawan dan kenyataan yang diterima (Parasuraman et al, 1988).

Selain itu, data jumlah pengunjung menunjukkan fenomena yang relevan dengan isu kepuasan wisatawan. Berdasarkan laporan PT. Taman Rekreasi Sengkaling/UMM (2022) dan Maulana (2024), jumlah pengunjung mengalami fluktuasi cukup tajam sejak tahun 2016 hingga 2024, sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Data Pengunjung Taman Wisata Sengkaling

Tahun	Jumlah Pengunjung	Keterangan
2016	315.290	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling / UMM (2022)
2017	279.463	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Penurunan
2018	236.523	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Penurunan
2019	205.704	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Penurunan sebelum pandemi
2020	66.572	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Dampak pandemi
2021	56.951	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Efek lanjutan pandemi
2022	93.763	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling /Pemulihan
2023	65.882	Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling/Penurunan
2024	±500/hari	Estimasi media lokal (Radar Malang, 2024)

Sumber: Data PT. Taman Rekreasi Sengkaling, Radar Malang, 2024

Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa meskipun tren pemulihan mulai terlihat pascapandemi, jumlah pengunjung belum kembali stabil. Menurut Kotler & Keller (2016), ketidakstabilan jumlah pelanggan dapat mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang diterima konsumen, sehingga kepuasan wisatawan menjadi aspek penting yang perlu dikaji lebih mendalam.

Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pengalaman emosional positif, dan nilai pelanggan memiliki pengaruh

signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Halim (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Danau Tiga Warna Kelimutu. Sementara itu, penelitian oleh Ali dkk (2016) menunjukkan bahwa pengalaman emosional positif dapat meningkatkan kepuasan hingga 67%, sedangkan nilai pelanggan memberikan kontribusi sebesar 57% terhadap loyalitas wisatawan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut relevan untuk diteliti dalam konteks destinasi wisata lokal seperti Taman Rekreasi Sengkaling.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara empiris **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Rekreasi Sengkaling Malang”**. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori kepuasan wisatawan, serta menjadi masukan praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan mutu pelayanan dan daya tarik wisata.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah, peneliti merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran kualitas pelayanan, pengalaman emosional positif, dan nilai pelanggan dalam memengaruhi kepuasan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang?
2. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang?

3. Apakah pengalaman emosional positif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang?
4. Apakah nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang?
5. Variabel kualitas pelayanan, pengalaman emosional positif, atau nilai pelanggan manakah yang paling dominan memengaruhi kepuasan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman emosional positif terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan wisatawan di Taman Wisata Sengkaling Malang.
4. Menguji variabel yang paling berpengaruh diantara Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam bidang manajemen pariwisata dan kepuasan pelanggan. Hubungan antara Kualitas Pelayanan, Pengalaman Emosional Positif, Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di Taman Wisata Sengkaling Malang akan lebih dipahami dan dijelaskan dengan lebih baik.

Penelitian ini juga dapat diharapkan memberikan kontribusi pada literatur dengan memberikan bukti empiris mengenai hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat membantu pengelola Taman Wisata Sengkaling Malang dalam mengembangkan strategi manajemen yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan memahami faktor-faktor yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan, pengelola dapat merancang pengalaman wisata yang lebih baik.

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Pengelola dapat menggunakan konsep Pengalaman Emosional Positif, Nilai sebagai poin penjualan destinasi wisata kepada calon wisatawan, serta menonjolkan Kualitas Pelayanan yang diberikan.