BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi terpenting di dunia modern. Menurut laporan tahun 2023 dari Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), pariwisata berkontribusi sekitar 10% terhadap produk domestik bruto (PDB) global dan menyediakan lapangan kerja bagi lebih dari 330 juta orang. Setelah pandemi COVID-19, sektor ini mengalami pemulihan yang signifikan, dengan jumlah wisatawan internasional mencapai 1,3 miliar pada tahun 2023, naik dari 900 juta pada tahun sebelumnya. Di Indonesia, pariwisata juga menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2022, sektor ini berkontribusi sekitar 4,5% terhadap PDB nasional dan menciptakan 13 juta lapangan kerja langsung dan tidak langsung. Dengan target 3,6 juta kedatangan wisatawan internasional pada tahun 2023, Indonesia berupaya memanfaatkan potensi pariwisata alam, budaya, dan kuliner untuk meningkatkan pendapatan devisa.

Pariwisata tidak hanya memiliki dampak ekonomi, tetapi juga dampak sosial dan budaya. Di era digital saat ini, pengalaman wisatawan semakin dipengaruhi oleh ulasan online, media sosial, dan teknologi seperti aplikasi pemesanan. Namun, tantangan seperti perubahan iklim, pandemi, dan persaingan global memaksa destinasi wisata untuk terus berinovasi. Di Indonesia, fokus pada pariwisata berkelanjutan menjadi prioritas, sebagaimana tercantum dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, yang menekankan pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan dan inklusif.

Jawa Barat, sebagai provinsi dengan populasi terbesar di Indonesia (sekitar 50 juta orang), memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Menurut Dinas Pariwisata Jawa Barat, provinsi ini memiliki lebih dari 1.000 objek wisata, mulai dari pantai dan gunung hingga situs budaya. Pada tahun 2022, Jawa Barat menerima sekitar 30 juta wisatawan domestik, yang berkontribusi sebesar 5% terhadap PDB

regional. Kabupaten Kuningan, yang terletak di bagian timur laut Jawa Barat, merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan pariwisata yang pesat. Dikenal sebagai “Kota Santri” dengan budaya dan alamnya yang kaya, Kuningan memiliki objek wisata seperti Cirebonan (situs sejarah), pantai, dan hutan. Data dari Kantor Pariwisata Kabupaten Kuningan menunjukkan bahwa pada tahun 2023, kunjungan wisatawan mencapai 2 juta orang, meningkat 20% dari tahun sebelumnya, didorong oleh promosi digital dan aksesibilitas yang lebih baik. Namun, pariwisata di Kuningan masih menghadapi tantangan seperti infrastruktur yang tidak merata dan persaingan dengan destinasi tetangga seperti Cirebon atau Bandung. Pembangunan pariwisata berkelanjutan diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, sesuai dengan prinsip-prinsip tujuan pembangunan berkelanjutan PBB (SDGs).

Sukageuri Objek Wisata merupakan destinasi menengah di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat dengan kunjungan fluktuatif drastis: 87.000 (2023) → 37.000 (2024) → 45.000 (2025), turun 57% lalu pulih 22%. Terletak di Desa Sukageuri, Kecamatan Cigugur, Sukageuri menawarkan pengalaman wisata alam dengan tema pendidikan dan rekreasi. Selain itu, Sukageuri juga memiliki area pendidikan tentang konservasi lingkungan, seperti kebun bibit tanaman. Fasilitas yang tersedia meliputi area parkir, toilet, kios makanan, area camping, dan spot foto. Namun, ulasan dari pengunjung di platform seperti Google Reviews dan TripAdvisor sering kali menyebutkan keluhan tentang kualitas layanan, seperti antrean panjang dan fasilitas yang kurang terawat.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Objek Wisata Sukageuri

Tahun	Pengunjung
2023	87.000
2024	37.000
2025	45.000

Sumber : PT. Sukageuri Adventure, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 mengenai jumlah kunjungan wisatawan ke Objek Wisata Sukageuri selama periode 2023–2025, terlihat adanya fluktuasi yang cukup signifikan yang dapat dikaitkan dengan tingkat kepuasan konsumen

(pengunjung). Pada tahun 2023, jumlah pengunjung tercatat sebanyak 87.000 orang. Angka ini menunjukkan bahwa pada periode tersebut objek wisata Sukageuri memiliki daya tarik yang cukup tinggi dan mampu memberikan pengalaman yang relatif memuaskan bagi pengunjung. Tingginya jumlah kunjungan biasanya mencerminkan persepsi positif terhadap kualitas layanan, fasilitas, maupun daya tarik wisata itu sendiri, sehingga mendorong minat kunjungan ulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Namun, pada tahun 2024 terjadi penurunan yang sangat drastis menjadi 37.000 pengunjung. Penurunan lebih dari 50% ini mengindikasikan adanya permasalahan serius yang kemungkinan besar berkaitan dengan menurunnya kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi antara lain penurunan kualitas fasilitas, kurangnya inovasi atraksi wisata, pelayanan yang tidak optimal, kebersihan lingkungan yang menurun, atau aksesibilitas yang kurang memadai. Ketidakpuasan pengunjung dapat menyebabkan berkurangnya minat untuk berkunjung kembali serta menurunnya rekomendasi kepada calon wisatawan lain.

Selanjutnya, pada tahun 2025 jumlah pengunjung mengalami peningkatan menjadi 45.000 orang. Meskipun belum kembali ke angka tahun 2023, kenaikan ini menunjukkan adanya upaya perbaikan yang dilakukan oleh pengelola, seperti peningkatan fasilitas, pelayanan, atau promosi wisata. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan konsumen mulai mengalami perbaikan, meskipun belum optimal. Secara keseluruhan, tren penurunan tajam yang diikuti dengan sedikit peningkatan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen di Objek Wisata Sukageuri masih belum stabil. Oleh karena itu, pengelola perlu melakukan evaluasi menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengunjung.

Hal ini juga mendorong para peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna melaksanakan survei pra-penelitian. Rangkuman mengenai hasil survei pra-penelitian dapati dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.2
Hasil Pra-survey

No	Pernyataan	Jawaban Responden		Jawaban Responden	
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah pelayanan yang Anda terima di objek wisata Sukageuri sesuai dengan harapan Anda?	12	40%	18	60%
2	Apakah petugas di objek wisata memberikan pelayanan yang ramah dan membantu?	16	53,3%	14	46,7%
3	Apakah Anda merasa proses pelayanan di objek wisata berjalan cepat dan tepat waktu?	13	43,3%	17	56,7%
4	Apakah Anda merasa nyaman dan puas selama berkunjung di objek wisata ini?	19	63,3%	11	36,7%
5	Apakah fasilitas di objek wisata (toilet, tempat parkir, area istirahat, spot foto) sudah memadai?	11	36,7%	19	63,3%
6	Apakah kebersihan dan keamanan di area wisata sudah memenuhi harapan Anda?	10	33,3%	20	66,7%
7	Apakah Anda berniat untuk kembali berkunjung ke objek wisata sukageuri?	14	46,7%	16	53,3%
8	Apakah Anda bersedia merekomendasikan objek wisata ini kepada keluarga atau teman?	14	46,7%	16	53,3%
9	Apakah Anda merasa harga yang anda bayar sebanding dengan fasilitas dan pelayanan yang Anda terima?	12	40%	18	50%
10	Apakah secara keseluruhan Anda puas dengan kunjungan Anda di objek wisata Sukageuri?	15	50%	15	50%

Sumber : hasil survei pra-penelitian, 2026

Berdasarkan hasil pra-survey pada Tabel 1.2, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen di Objek Wisata Sukageuri masih rendah dan belum optimal. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya persentase responden yang menyatakan ketidakpuasan terhadap beberapa aspek utama, seperti kesesuaian pelayanan dengan harapan (60%), kecepatan pelayanan (56,7%), fasilitas yang belum memadai (63,3%), serta kebersihan dan keamanan yang belum memenuhi harapan

(66,7%). Meskipun sebagian responden merasa nyaman dan menilai petugas cukup ramah, kondisi tersebut belum mampu meningkatkan loyalitas pengunjung, terlihat dari rendahnya minat untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain (masing-masing 53,3% menyatakan tidak). Selain itu, persepsi terhadap kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima juga masih rendah, sehingga secara keseluruhan tingkat kepuasan pengunjung masih belum konsisten dan perlu ditingkatkan. Data ini diperoleh dari jawaban 30 responden, yang menunjukkan tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan, kenyamanan, kebersihan, keamanan, serta niat mereka untuk kembali dan merekomendasikan destinasi ini. Informasi ini memberikan dasar empiris untuk memahami kondisi aktual di lapangan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kepuasan Konsumen adalah penilaian menyeluruh terhadap berbagai aspek kualitas destinasi. Pengukuran ini mencakup penilaian terhadap kualitas berbagai aspek destinasi pariwisata, termasuk perlakuan dan layanan yang dirasakan oleh wisatawan, dan bukan hanya hasil akhir dari pengalaman tersebut. (Yudha Pratama Rusly & Tamam, 2025). Penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pengaruh tiga variabel utama, yaitu kualitas layanan, pengalaman, dan fasilitas, terhadap kepuasan pelanggan di Objek Wisata Sukageuri. Kualitas layanan didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh (PARASURAMAN et al., 1988) menjadi dasar pengukuran, dengan lima dimensi: *tangibility* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (responsivitas), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dalam konteks pariwisata, kualitas layanan mencakup interaksi dengan staf, kecepatan layanan, dan kesesuaian dengan harapan pengunjung.

Experience merujuk pada pengalaman subjektif yang dirasakan konsumen selama proses konsumsi. Menurut (PINE et al., 1998) dalam buku "*The experience Economy*" mengklasifikasikan *experience* menjadi empat realm: *entertainment, education, esthetic,* dan *escapist*. Di objek wisata seperti Sukageuri, *experience* meliputi kegembiraan dari aktivitas *outdoor*, pembelajaran tentang lingkungan, dan kenangan emosional yang tercipta.

Menurut Revida (2020) dalam (Bere et al., 2023) *facilities* ataupun sarana dan prasaran wisata merupakan sebuah kebutuhan wisatawan dari daerah tujuan wisata yang layak didapatkan untuk menikmati perjalanan wisatanya. Di Sukageuri, fasilitas seperti jalan setapak, papan informasi, dan area piknik sangat penting untuk kenyamanan pengunjung.

Kajian literatur menunjukkan hubungan positif antara *service quality, experience, facilities* dan *customer satisfaction*. Penelitian oleh Pujiastuti et al., (2025) di International Journal of Economics, Finance and Management menemukan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *tourist satisfaction* di Keviandra Tour Travel Indonesia. Di sektor wisata, Khan et al., (2025) di Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences *menunjukkan quality of venue*, *accessibility*, *accommodation* berkontribusi langsung terhadap *satisfaction* dan revisit *intention*. Sementara itu, penelitian lokal oleh (Andini et al., 2024) di Wisata Pantai Ampenan, Indonesia, menegaskan bahwa *facilities* yang baik mengurangi keluhan dan meningkatkan retensi pengunjung. Namun, integrasi ketiga variabel di objek wisata spesifik seperti Sukageuri masih jarang diteliti. Gap ini terlihat dari kurangnya studi empiris yang komprehensif di lokasi ini, berbeda dengan penelitian di destinasi lain. Berdasarkan ulasan pengunjung dan data pengelola, Sukageuri menghadapi masalah seperti *service quality* yang tidak konsisten, *experience* yang kurang personal, dan *facilities* yang perlu perbaikan.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh *service quality*, *experience,* dan *facilities* terhadap kepuasan konsumen. Sejumlah penelitian mendukung adanya pengaruh positif dan signifikan, seperti penelitian Jayanti dan Yulianthini (2022) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung objek wisata, serta Nugraha et al. (2025) yang menegaskan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan meningkatkan kepuasan wisatawan. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Widiasty et al. (2022), Suyatno dan Hastuti (2022), serta Arifin et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi determinan utama kepuasan pengunjung. Selain itu, Aprilia et al. (2024) dan Sari et al. (2025) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan dan pengalaman layanan (*service*

experience) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, sehingga memperkuat pentingnya interaksi dan pengalaman yang dirasakan wisatawan.

Namun demikian, terdapat pula penelitian yang tidak sepenuhnya mendukung, seperti Aprilia et al. (2024) yang menemukan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan, serta Purnomo et al. (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga dan nilai persepsi. Studi lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan saja belum cukup menjelaskan kepuasan tanpa mempertimbangkan faktor emosional, ekspektasi, dan pengaruh sosial, sehingga hubungan antar variabel tidak selalu konsisten. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun sebagian besar penelitian mendukung pengaruh *service quality*, *experience*, dan *facilities* terhadap kepuasan konsumen, terdapat perbedaan hasil yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor lain.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya ***research gap*** berupa perbedaan temuan dalam penelitian terdahulu terkait pengaruh *service quality*, *experience*, dan *facilities* terhadap kepuasan konsumen. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan (Jayanti & Yulianthini, 2022; Nugraha et al., 2025), sementara penelitian lain menemukan bahwa fasilitas tidak selalu berpengaruh secara parsial dan kepuasan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi nilai dan pengalaman emosional (Aprilia et al., 2024; Purnomo et al., 2021). Selain itu, variabel *experience* masih belum banyak dikaji secara terpadu bersama variabel lainnya dalam konteks wisata lokal.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengintegrasian ketiga variabel tersebut dalam satu model empiris yang diaplikasikan pada objek wisata Sukageuri di Kabupaten Kuningan, sehingga memberikan perspektif baru dalam memahami kepuasan pengunjung berbasis konteks lokal. Sementara itu, **urgensi penelitian** didasarkan pada fenomena penurunan jumlah kunjungan serta hasil pra-survey yang menunjukkan masih rendahnya tingkat kepuasan pengunjung, terutama pada aspek pelayanan, fasilitas, serta kebersihan dan keamanan. Kondisi ini menuntut adanya kajian yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor

yang memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan dan pengelolaan objek wisata secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Latar belakang ini menunjukkan relevansi penelitian tentang pengaruh *service quality*, *experience*, dan *facilities* terhadap *customer satisfaction* di Sukageuri. Dengan memahami faktor-faktor ini, objek wisata dapat berkembang lebih baik, mendukung pariwisata berkelanjutan, dan meningkatkan kontribusi ekonomi di tingkat lokal serta nasional.

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan konsumen menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengelolaan objek wisata karena berpengaruh terhadap loyalitas dan minat kunjungan ulang. Namun, fenomena penurunan jumlah pengunjung serta hasil pra-survey di Objek Wisata Sukageuri menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung masih belum optimal, terutama pada aspek pelayanan, pengalaman, dan fasilitas. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana *service quality*, *experience*, dan *facilities* memengaruhi *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri?
2. Bagaimana *service quality* memengaruhi *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri?
3. Bagaimana *experience* memengaruhi customer *satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri?
4. Bagaimana *facilities* memengaruhi customer *satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini dan mengacu pada rumusan masalah adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *experience*, dan *facilities* terhadap *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri.

2. Untuk mengetahui pengaruh *Service quality* terhadap *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri.
3. Untuk mengetahui pengaruh *experience* terhadap *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri.
4. Untuk mengetahui pengaruh *facilities* terhadap *customer satisfaction* di Objek Wisata Sukageuri.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitan yang diharapkan dari penelitian adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik tentang pariwisata berkelanjutan di Indonesia, khususnya integrasi variabel *service quality*, *experience*, dan *facilities* dalam model kepuasan konsumen. Hasilnya dapat menjadi referensi untuk penelitian lanjutan di destinasi wisata alam serupa, serta menguji penerapan teori seperti SERVQUAL, *experience economy*, dan *expectation-confirmation theory* dalam konteks lokal.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi pengelola Objek Wisata Sukageuri (PT. Sukageuri Adventure), penelitian ini memberikan wawasan untuk meningkatkan kualitas layanan, pengalaman wisata, dan fasilitas, sehingga dapat mengurangi keluhan pengunjung, meningkatkan kepuasan, dan menarik lebih banyak wisatawan.
2. Bagi Dinas Pariwisata Kabupaten Kuningan dan Jawa Barat, hasil penelitian dapat dijadikan dasar kebijakan pengembangan pariwisata berkelanjutan, seperti perbaikan infrastruktur dan promosi digital, untuk mendukung target kunjungan wisatawan dan kontribusi ekonomi regional.
3. Bagi wisatawan dan masyarakat lokal, penelitian ini mendorong pengembangan wisata yang lebih ramah lingkungan, inklusif, dan berkualitas, sehingga meningkatkan pengalaman wisata dan pelestarian budaya serta alam di Kuningan.

Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (*SDGs*) PBB, terutama tujuan 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) serta tujuan 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab), dengan fokus pada pariwisata yang seimbang antara ekonomi, sosial, dan lingkungan.