

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar dan dapat menjadi daya tarik bagi kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara (Ayuningtyas & Nugraha, 2019). Potensi yang besar itu sebaiknya dikelola dengan baik untuk bisa bersaing ditingkat lokal maupun internasional. Kemampuan suatu daerah untuk mengelola objek-objek wisata yang dimilikinya akan memberikan keuntungan yang besar bagi daerah yang bersangkutan (Epran & Arlan, 2020).

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah memberikan sumbangan dalam meningkatkan devisa maupun lapangan kerja. Sektor pariwisata juga membawa dampak sosial, ekonomi, maupun dalam konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya yang semakin arif dan bijaksana. Kegiatan pariwisata tersebut sangat berperan dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah-wilayah tertentu yang memiliki potensi wisata. Kegiatan pariwisata juga berperan besar dalam memberikan sumbangan bagi pendapatan suatu daerah maupun masyarakat (Haryono, 2023). Kegiatan pariwisata diharapkan dapat meningkatkan dan mendorong perkembangan sosial, ekonomi masyarakat, pelestarian budaya, adat istiadat, dan kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri. Kontribusi positif sektor pariwisata bagi suatu daerah memberi implikasi bagi semua pihak yang terlibat dalam industri pariwisata untuk mengelola pariwisata secara profesional (Haryono & Albetris, 2022).

Provinsi Jambi merupakan daerah yang giat mengembangkan potensi wilayahnya untuk tujuan wisata dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Obyek dan daya Tarik wisata (ODTW) yang dimiliki Provinsi Jambi cukup banyak dan bervariasi. Provinsi Jambi memiliki banyak aneka ragam obyek dan daya tarik wisata yang terdiri atas obyek wisata alam, museum, peninggalan purbakala, pusat kesenian, pusat kerajinan. Obyek wisata sebanyak itu belum mencakup atraksi wisata. Kepariwisata di Provinsi Jambi berkembang cukup baik, bahkan beberapa kawasan dan obyek pariwisatanya telah terkenal hingga ke mancanegara. Upaya pengelolaan obyek-obyek daerah tujuan wisata di Provinsi Jambi juga telah menunjukkan perkembangan yang cukup menggembirakan, hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah wisatawan ke Provinsi Jambi. Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Jambi

Tabel 1.1 Data Pengunjung Jumlah Wisatawan ke Provinsi Jambi.

No	Tahun	Nama Kabupaten	Jumlah Pengunjung
1	2021-2022	Kota Jambi (Tertinggi)	235.238
2	2021-2022	<u>Kabupaten Kerinci</u>	180.156
3	2021-2022	<u>Kabupaten Bungo</u>	125.568
4	2021-2022	<u>Kabupaten Sarolangun</u>	115.568
5	2021-2022	<u>Kabupaten Merangin</u>	114.419
6	2021-2022	<u>Kabupaten Muaro Jambi</u>	114.000
7	2021-2022	<u>Kota Sungai Penuh</u>	10.165
8	2021-2022	<u>Kabupaten Tanjung Jabung Barat</u>	9.688
9	2021-2022	<u>Kabupaten Tanjung Jabung Timur</u>	8.568
10	2021-2022	<u>Kabupaten Tebo</u>	8.115
11	2021-2022	Kabupaten Batanghari (Terendah)	5.177

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jambi, (2022)

Berdasarkan dari tabel 1.1 bahwa jumlah pengunjung jumlah wisatawan ke Provinsi Jambi dimana tahun 2021-2022 Kota Jambi dengan jumlah pengunjung adalah 235.238 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Kerinci dengan

jumlah pengunjung adalah 180.156 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Bungo dengan jumlah pengunjung adalah 125.568 orang, 2021-2022 Kabupaten Sarolangun dengan jumlah pengunjung adalah 115.568 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Merangin dengan jumlah pengunjung adalah 114.419 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Muaro Jambi dengan jumlah pengunjung adalah 114.000 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kota Sungai Penuh dengan jumlah pengunjung adalah 10.165 orang, 2021-2022 Kabupaten Tanjung Jabung Barat dengan jumlah pengunjung adalah 9.688 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan jumlah pengunjung adalah 8.568 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Tebo dengan jumlah pengunjung adalah 8.115 orang, selanjutnya dari 2021-2022 Kabupaten Batanghari dengan jumlah pengunjung adalah 5.177 orang.

Jumlah pengunjung dari tahun 2021-2022 di Provinsi Jambi mengalami peningkatan untuk tahun 2021-2022 jumlah wisatawan tertinggi terdapat pada Kota Jambi sebesar 235.238 orang dan terendah adalah Kabupaten Batanghari sebesar 5.177 orang. Hal ini disebabkan karena Kota Jambi memiliki banyak sekali objek wisata yang menarik untuk dikunjungi seperti kawasan taman rimba, balairung sari, empat jembatan kebanggaan kota jambi, bangunan tua dipusat kota jambi. Pada tahun 2021-2022 jumlah wisatawan terendah dimiliki oleh Kabupaten Batang Hari yaitu sebesar 5.177 orang hal ini disebabkan karena kurangnya pemerintah setempat dalam memperhatikan sarana dan prasarana penunjang yang dibutuhkan untuk wisatawan yang akan berkunjung ke daerah tersebut.

Secara umum wilayah Kabupaten Kerinci dapat dikelompokkan dalam beberapa satuan morfologi yaitu dataran, perbukitan yang bergelombang halus sampai perbukitan sedang dan pergunungan. Kondisi ini menyebabkan wilayah Kabupaten Kerinci memiliki potensi sumber daya yang besar dan keindahan alam yang sangat menakjubkan. Salah satu potensi yang sangat besar dari Kabupaten Kerinci adalah menjadikan keindahan alam Kerinci sebagai objek wisata. Melihat banyaknya potensi wisata yang dimiliki Kabupaten Kerinci, pemerintah ingin menjadikan Kabupaten ini salah satu tujuan wisata dengan berusaha mengoptimalkan objek-objek wisata yang ada di wilayah tersebut agar bisa menarik sebanyak-banyaknya wisatawan untuk datang ke Kabupaten Kerinci sehingga bisa meningkatkan pendapatan asli daerah tentunya. Adapun wisata yang dimiliki Kabupaten Kerinci yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Wisata yang Dimiliki Kabupaten Kerinci.

No	Daya Tarik	Wisata
1	Daya Tarik Wisata Alam	Air Terjun Telun Berasap- Air Terjun Lembah Mengurai - Danau Gunung Tujuh- Gunung Kerinci - Danau Kerinci - Danau Lingkat - Danau Nyalo - Danau Duo - Gunung Kunyit - Air Terjun Pancaro Rayo - Air Panas Grao Sakti - Danau Kecil - Danau Kaco - Danau Depati Empat - Danau PauhGunung Masurai - Air Terjun Segerincing - Bukit Khayangan - Panorama Bukit Tapan - Air Terjun Belula - Air Terjun Telun Tujuh - Air Terjun Dukun Betuah - Danau Ijau;
2	Daya Tarik Wisata Budaya	Masjid Agung Pondok Tinggi – Masjid Raya Rawang – Masjid Kuno Tanjung Pauh Hilir – Kompleks Menhir Pendung Mudik – Batu silindrik Muak – Batu Berelief – Batu Silindrik Pulau Sangkar – BatuSangkar – Makam Siak Lengih – Situs Batu Rajo – Situs Batu Silindrik

		Jujun – Batu Silindrik Lolo Kecil – Batu Silindrik Lolo Gedang – Situs Batu Bedil – Masjid Kuno Lempur Mudik – Situs Batu Larung – Masjid Rajo Tiangso – Rumah Tua Madras – Masjid Kuno Lempur Tengah
3	Daya Tarik Wisata Buatan	Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting, Pemandian Sumber Air Panas Sungai Medang – Pemandian Sumber Air Panas Semurup – Taman Wisata PTPN VI Kayu Aro – Taman Bunga Kayu Aro – Taman Wisata Aroma Pecco;

Sumber : <https://bappedalitbang.kerincikab.go.id/>.

Berdasarkan dari tabel 1.1 bahwa besarnya potensi daya tarik Pariwisata yang dimiliki Kabupaten Kerinci mengantarkan Kabupaten Kerinci sebagai *branding* nya Pariwisata Provinsi Jambi dengan semua potensi keindahan alamnya. Berkaitan dengan hal ini keindahan alam Kabupaten Kerinci mendorong pemerintah setempat untuk menjadikan panorama alam sebagai lokasi wisata yang menarik sehingga pemerintah daerah merencanakan sebuah misi menjadikan Kabupaten Kerinci sebagai kota pariwisata. Adapaun wisata yang terdapat di Kecamatan Danau Kerinci adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3 Wisata yang Terdapat di Kecamatan Danau Kerinci

No	Objek Wisata	Jenis Objek Wisata	Desa	Kecamatan
1	Taman Pertiwi	Wisata Alam	Pendung Talang Genting	Danau Kerinci
2	Pantai Indah Ratu Sigindo Kuning	Wisata Alam	Seleman	Danau Kerinci
3	Pantai Indah Koto Petai	Wisata Alam	Koto Petai	Danau Kerinci
4	Danau Kerinci	Wisata Alam	Sanggaran Angung	Danau Kerinci
5	Hutan Pinus	Wisata Alam	Sanggaran Angung	Danau Kerinci
6	Tanjung Hatta	Wisata Alam	Sanggaran Angung	Danau Kerinci
7	Museum Kerinci	Wisata Sejarah	Sanggaran Angung	Danau Kerinci
8	Air Terjun 12 Tingkat	Wisata Alam	Talang Kemulun	Danau Kerinci
9	Goa Belang	Wisata Alam	Talang Kemulun	Danau Kerinci

10	Goa Batu	Wisata Alam	Talang Kemulun	Danau Kerinci
11	Pantai Pasir Panjang	Wisata Alam	Tanjung Tanah	Danau Kerinci
12	Goa Kelelawar	Wisata Alam	Tebing Tinggi	Danau Kerinci

Sumber : <https://bappedalitbang.kerincikab.go.id/>.

Berdasarkan dari tabel 1.2 bahwa salah satu tempat wisata yang menarik dan paling banyak dikunjungi di Kabupaten Kerinci Kecamatan Danau Kerinci adalah Kolam Pertiwi di Desa Pendung Talang Genting. Objek wisata Desa Wisata Taman Pertiwi terletak di Desa Pendung Talang Genting. Taman Pertiwi pada mulanya hanya sebuah embung atau waduk yang dibangun oleh warga desa Pentagen untuk dijadikan sumber air pada saat musim kemarau untuk mengairi sawah dan ladang milik warga. Taman Pertiwi memiliki luas sekitar 3 hektare yang dijadikan tempat wisata. Adapun fasilitas yang ada di Taman Pertiwi antara lain perahu bebek-bebekan, kolam besar dengan ikan-ikan yang begitu banyak, *flying fox*, beberapa titik swafoto, *camping ground*, penyewaan tenda untuk berkemah, toilet umum, musala, dan warung-warung. Taman Pertiwi buka dari pagi sampai jam 6 malam. Tiket masuk ke tempat ini adalah Rp5.000 per orang. Pada akhir pekan, Taman Pertiwi dikunjungi sekitar 500 orang. Lalu, pada hari raya Lebaran, jumlah kunjungannya bisa mencapai 3.000 orang. Desa Wisata Pentagen merupakan satu-satunya desa wisata di provinsi Jambi yang masuk dalam 50 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022 yang diadakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Menurut Oktavia & Efdison (2020) kepuasan berkunjung adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya, dan kepuasan pengunjung merupakan faktor yang sangat penting

dalam menentukan kualitas barang atau jasa. Menurut Kotler & Armstrong (2016) mengungkapkan bahwa kepuasan adalah hasil yang diperoleh berupa perasaan senang atau kecewa dan berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa. Memuaskan kebutuhan konsumen merupakan keinginan disetiap perusahaan tertentu. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Berdasarkan data pengunjung di Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting selama tahun 2021 dan 2022 masih mengalami jumlah yang fluktuatif cenderung mengalami penurunan yaitu pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1.4 Data Pengunjung Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting

Laporan Arus Pengunjung Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting				
Tahun	Triwulan	Jumlah Pengunjung	Selisih	Prosentase
2022	I	9259		3,6%
	II	5429	2245	3,2%
	III	11048	4348	3,8%
	IV	6200	1147	2,8%
2023	I	7381	1422	3,4%
	II	5923	242	3,0%
	III	4599	-1195	2,6%
	IV	3110	-1142	2,4%

Sumber: Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting

Berdasarkan dari tabel 1.1 bahwa jumlah pengunjung Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting mengalami fluktuasi yang cukup besar. Pada triwulan III 2022, jumlah pengunjung mencapai 11.048 orang, namun pada triwulan IV 2022 turun drastis menjadi 6.200 orang. Pada triwulan I 2023, jumlah pengunjung kembali meningkat menjadi 7.381 orang, namun pada triwulan II

2023 kembali turun menjadi 5923 orang. Pada triwulan III 2023, jumlah pengunjung kembali turun menjadi 4999 orang, dan pada triwulan IV 2023 turun lagi menjadi 3110 orang. Sementara itu, rata-rata kepuasan pengunjung juga mengalami fluktuasi yang cukup besar. Pada triwulan I 2022, rata-rata kepuasan pengunjung mencapai 3,6, namun pada triwulan II 2022 turun menjadi 3,2. Pada triwulan III 2022, rata-rata kepuasan pengunjung kembali meningkat menjadi 3,8, namun pada triwulan IV 2022 kembali turun menjadi 2,8. Pada triwulan I 2023, rata-rata kepuasan pengunjung kembali meningkat menjadi 3,4, namun pada triwulan II 2023 kembali turun menjadi 3,0. Pada triwulan III 2023, rata-rata kepuasan pengunjung kembali turun menjadi 2,6, dan pada triwulan IV 2023 turun lagi menjadi 2,4.

Jumlah pengunjung dan rata-rata kepuasan pengunjung Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting mengalami fluktuasi yang cukup besar. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, lokasik, munculnya wisata baru, word of mouth (WOM), daya tarik, kondisi ekonomi, dan faktor-faktor lainnya. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa triwulan di mana jumlah pengunjung mengalami penurunan yang signifikan, yaitu triwulan IV 2022, triwulan II 2023, dan triwulan IV 2023. Pada triwulan-triwulan tersebut, rata-rata kepuasan pengunjung juga mengalami penurunan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa penurunan jumlah pengunjung disebabkan oleh penurunan kepuasan pengunjung.

Menurut Satria (2018) faktor yang mempengaruhi kepuasan berkunjung adalah 1). word of mouth (WOM) yang merupakan komunikasi lisan atau tertulis

dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh individu atau kelompok mengenai suatu produk, jasa, atau merek. WOM dapat berupa rekomendasi, umpan balik, atau informasi lainnya. 2). Daya tarik yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan berkunjung sebagai kemampuan suatu produk atau jasa untuk menarik kepuasan berkunjung. 3). Lokasi yang merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan berkunjung yang dapat memudahkan konsumen untuk mengakses suatu wisata.

Menurut Haryono & Albetris (2022) kepuasan pengunjung merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pengunjung.

Menurut Haryono (2017) mengungkapkan bahwa *word of mouth* (WOM) atau komunikasi mulut ke mulut merupakan segala bentuk pemberitahuan atau informasi yang berisi pengalaman seseorang setelah membeli suatu produk, yang dikomunikasikan kepada orang lain secara individu maupun kelompok. *Word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut adalah proses komunikasi secara individu maupun kelompok yang berupa pemberian rekomendasi baik terhadap suatu produk atau jasa dengan tujuan untuk memberikan informasi secara personal. Wisatawan yang menerima produk atau jasa tersebut dengan baik, akan terdorong untuk merekomendasikan produk wisata kepada rekan kerja, saudara dan teman.

Fenomena tentang *word of mouth* (WOM) pada Wisata Kolam Pertiwi

Pendung Talang Genting diketahui bahwa ada beberapa ulasan negative dari pengunjung atau pelanggan yang tidak puas dengan pengalaman mereka dapat dengan cepat menyebar melalui WOM dan berdampak buruk pada reputasi tempat wisata serta hal ini dapat berdampak negatif pada citra dan popularitas Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting. Ulasan negatif dapat mempengaruhi minat orang untuk mengunjungi tempat tersebut. Kemudian ada dari pengunjung yang tidak puas dengan layanan, fasilitas, atau pengalaman di tempat wisata dapat menciptakan ketidakpuasan dan berpotensi memberikan umpan balik negatif kepada orang lain. Kurangnya informasi yang akurat yang disebarakan melalui WOM tidak selalu akurat atau terkadang terdistorsi. Hal ini dapat menyebabkan harapan yang tidak terpenuhi atau ketidaksesuaian antara ekspektasi dan pengalaman pengunjung. Adanya potensi manipulasi ulasan dari WOM untuk dimanipulasi, baik oleh pihak yang terlibat langsung maupun pesaing. Ulasan palsu atau manipulatif dapat mempengaruhi persepsi pengunjung dan keputusan mereka untuk mengunjungi wisata tersebut. Efek viral dan penyebaran informasi dengan cepat melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya. Jika ada pengalaman atau informasi yang menarik, hal ini dapat menjadi fenomena viral yang dapat meningkatkan minat pengunjung. Penting bagi pihak pengelola untuk memantau dan merespons WOM dengan baik. Mereka harus berupaya menyediakan informasi yang akurat, mengelola ulasan atau masukan pengunjung, dan berkomunikasi secara efektif untuk memperkuat citra positif dan mengatasi masalah yang mungkin muncul.

Selain *electronic word of mouth* variabel lain yang dapat mempengaruhi

kepuasan pengunjung adalah daya tarik wisata. Menurut Handoko (2020) mengatakan bahwa daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Menurut Sondang (2022) menjelaskan bahwa daya tarik mempengaruhi perilaku wisatawan seperti minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan kepada orang lain. Menurut Tjiptono (2016) mengungkapkan bahwa perilaku minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan merupakan ukuran kepuasan pengunjung.

Fenomena tentang daya tarik wisata pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting diketahui bahwa adanya ketidaksesuaian harapan pengunjung atau ekspektasi pengunjung, hal ini dapat mengurangi daya tarik tempat tersebut. Misalnya, jika pengunjung mengharapkan pemandangan alam yang indah tetapi tidak ditemukan di tempat tersebut. Kurangnya promosi dan visibilitas: Jika Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting kurang dikenal atau tidak memiliki promosi yang cukup, hal ini dapat mengurangi daya tariknya. Pengunjung tidak akan tertarik untuk mengunjungi tempat yang tidak mereka ketahui atau tidak ada informasi yang cukup mengenai tempat tersebut. Kemudian muncul fenomena yang terjadi yaitu daya tarik yang monoton dilihat dari daya tarik utama Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting adalah keindahan alam berupa kolam-kolam air tawar. Hal ini dapat menimbulkan kejenuhan bagi wisatawan yang berkunjung berulang kali. Kemudian daya tarik yang tidak terkelola dengan baik dilihat dari daya tarik utama Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting adalah keindahan alam. Namun, keindahan alam tersebut belum

terkelola dengan baik. Hal ini dapat mengurangi nilai daya tarik wisata ini. Fenomena daya tarik yang semakin menurun dimana daya tarik Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting cenderung menurun seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan lingkungan, meningkatnya persaingan, dan perubahan selera wisatawan.

Selain daya tarik variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah lokasi. Menurut Haryono (2017) mengatakan bahwa lokasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Lokasi ke destinasi wisata dalam penelitian ini digunakan dengan pendekatan perilaku lokasi kembali, sehingga dapat di analogikan lokasi sebagai lokasi kembali.

Fenomena tentang lokasi wisata pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting diketahui bahwa lokasi Wisata Kolam Pertiwi kadang-kadang naik kadang-kadang cenderung menurun. Hal ini disebabkan banyaknya destinasi wisata tempat lain yang baru. Menurunnya tingkat kunjungan wisatawan wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting disebabkan oleh hal lain yang kurang puas dari segi pelayanan, harga tiket maupun fasilitas wisata wisata Kolam Pertiwi tersebut. Lokasi ke Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting cenderung menurun seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti meningkatnya persaingan, perubahan selera wisatawan, dan menurunnya daya tarik wisata serta banyak wisatawan yang berkunjung ke Wisata

Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting tanpa perencanaan yang matang. Hal ini dapat menimbulkan berbagai masalah, seperti ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan, atau ketidaknyamanan selama berkunjung. Beberapa fenomena lain yaitu masalah biaya perjalanan, tiket masuk, dan biaya lainnya yang terkait dengan kunjungan ke tempat wisata dapat menjadi faktor penghambat bagi beberapa orang. Biaya ini bisa mencakup akomodasi, makanan, dan aktivitas tambahan selama kunjungan serta kurangnya informasi pengunjung tidak memiliki akses yang cukup terhadap informasi tentang Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting, mereka mungkin tidak memiliki cukup pengetahuan untuk membuat lokasi. Informasi yang terbatas dapat menghambat minat pengunjung dan membuat mereka ragu-ragu. Terciptanya kepuasan pengunjung juga akan mendorong pengunjung untuk mereferensikan kepada calon wisatawan lain dengan tujuan mempengaruhi untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

Berdasarkan fenomena masalah di atas didukung oleh penelitian dari hasil penelitian dari penelitian yang dilakukan (Haryono & Albetris, 2022). Sektor pariwisata juga membawa dampak sosial, ekonomi, maupun dalam konteks pelestarian dan pengelolaan lingkungan, sumber daya alam, dan budaya yang semakin arif dan bijaksana. Salah satu fasilitas yang dikembangkan adalah konsep e-tourism. E-tourism memberikan informasi tujuan wisata dengan berbagai kebutuhan bagi para wisatawan. Hasil penelitian didapatkan hasil dari koefisien determinasi adalah dari e-tourism dipengaruhi variabel promotion, e-WOM dan advertising sebesar 91%. Sedangkan koefisien determinasi dari variabel promotion, e-WOM dan advertising serta e-tourism terhadap visit intention sebesar 9,3%.

Begitu juga penelitian lain dari Haryono (2017) bahwa melalui strategi bauran pemasaran diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pengunjung. Loyalitas pengunjung harus selalu ditingkatkan untuk mengembangkan objek wisata Taman Wisata Bukit Khayangan Kota Sungai Penuh. Bauran pemasaran jasa sebagaimana dikemukakan di atas terdiri dari tujuhelemen, yaitu produk (product), harga (price), distribusi (place), promosi (promotion), orang (people), bukti langsung (physical evidence), dan proses (process). Meningkatkan kualitas dari bauran pemasaran dapat meningkatkan loyalitas pengunjung. Dengan menciptakan bauran pemasaran yang baik maka pengunjung akan puas dan loyal karena apa yang diharapkan oleh mereka dapat diperoleh di taman ini bauran pemasaran jasa adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?

2. Apakah terdapat Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
3. Apakah terdapat Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
4. Apakah terdapat Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
3. Untuk mengetahui Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?

4. Untuk mengetahui Pengaruh *Word Of Mouth*, Daya Tarik dan Lokasi Terhadap Kepuasan Berkunjung pada Wisata Kolam Pertiwi Pendung Talang Genting dan berapa besar pengaruhnya secara simultan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak terkait antara lain:

1. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pendung Talang Genting, Hasil dari penelitian ini sangat di harapkan untuk mampu menjadi pelajaran dimasa mendatang tentang proses pengelolaan BUMDes
- 2) Penelitian ini juga di harapkan mampu untuk mejadi sumber referensi dan bahan masukan bagi pemerintah desa yang lain untuk memulai membentuk dan mengembangkan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

2. Manfaat Akademis

- 1) Penelitian ini diharap kan untuk mampu menjadi sumber wawasan dan pengetahuan serta memberikan kontribusi yang berarti dan bermanfaat bagi pembangunan Ilmu Pemerintahan dalam bidang Pemerintahan Desa melalui

program Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti sejenis dimasa yang akan datang.

