

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata Indonesia telah berkembang dengan sangat cepat dalam beberapa dekade terakhir dan kini menjadi salah satu sektor ekonomi yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan nasional. Nazarian *et al.* (2020) menyatakan bahwa “hotel-hotel independen dan non-chain memberikan kontribusi yang signifikan bagi industri perhotelan serta perekonomian negara masing-masing.” Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga menunjukkan bahwa sumbangan sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus meningkat secara konsisten, menegaskan besarnya potensi sektor ini dalam menopang ekonomi Indonesia. Di antara berbagai jenis wisata, wisata alam menjadi salah satu yang tumbuh paling pesat, terutama kegiatan *camping* atau berkemah yang semakin digemari oleh masyarakat.

Namun, dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif, keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh keindahan alam atau fasilitas fisik semata, melainkan juga sangat dipengaruhi oleh kualitas *Hospitality* atau keramah – tamahan yang diberikan kepada wisatawan. Menurut analisis *bibliometrik* yang dilakukan pada tahun 2024, penelitian tentang *Hospitality* dan pariwisata menunjukkan bahwa transformasi industri ini didorong oleh "proliferasi teknologi digital yang memfasilitasi komunikasi *real-time* dengan pelanggan dan pengumpulan data." Konsep *Hospitality* dalam industri pariwisata mencakup berbagai aspek pelayanan yang bertujuan untuk memberikan pengalaman yang berkesan dan memuaskan bagi wisatawan. Hal ini meliputi kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf, ketersediaan dan kondisi fasilitas, kebersihan area, keamanan, serta nilai yang dirasakan wisatawan dari pengalaman yang mereka peroleh.

Pentingnya faktor *Hospitality* dalam industri pariwisata telah banyak dibuktikan oleh berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi minat mereka untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Seetanh & Nunkoo (2020) menekankan bahwa "*revisit intention* wisatawan, yang mengacu pada kemungkinan yang dirasakan untuk kembali ke destinasi yang sama, adalah elemen spesifik dari perilaku pasca konsumsi yang menguntungkan dan merupakan komponen kunci dari loyalitas wisata." Minat berkunjung kembali merupakan indikator penting bagi keberhasilan suatu destinasi wisata karena

biaya untuk mempertahankan wisatawan yang sudah pernah berkunjung jauh lebih rendah dibandingkan dengan biaya untuk menarik wisatawan baru.

Selain itu, dalam era digital saat ini, pengalaman wisatawan yang dibagikan melalui media sosial dan *platform review online* dapat memberikan dampak yang besar terhadap reputasi dan daya tarik destinasi. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor *Hospitality* yang mempengaruhi minat berkunjung kembali menjadi sangat penting bagi pengelola *Camp Ground Mandalawangi* untuk dapat mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang tepat sasaran.

Lebih lanjut, dalam era digital saat ini, informasi dan *review* dari wisatawan dapat menyebar dengan sangat cepat melalui berbagai *platform* media sosial dan situs *review online*. Penelitian terbaru pada tahun 2025 menunjukkan bahwa "paparan media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, dimediasi oleh pengalaman wisata kuliner yang berkesan dan citra destinasi." Pengalaman negatif yang dibagikan oleh seorang wisatawan dapat mempengaruhi persepsi calon wisatawan lainnya dan berdampak pada reputasi serta jumlah kunjungan ke *camp ground*. Sebaliknya, pengalaman positif dan pelayanan *Hospitality* yang baik dapat menjadi promosi yang sangat efektif melalui *word-of-mouth marketing*.

Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor – faktor *Hospitality* yang paling berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan menjadi sangat penting bagi pengelola *Camp Ground Mandalawangi*. Informasi ini dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih efektif dan efisien, sehingga dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan pada akhirnya mendorong minat mereka untuk berkunjung kembali.

Meningkatnya minat terhadap aktivitas *outdoor* dan wisata alam tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat *modern* yang mulai menyadari pentingnya *work-life balance* dan kembali ke alam. Brooker & Joppe (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa "sektor *outdoor Hospitality* mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan jenis akomodasi wisata lainnya." Aktivitas *camping* menawarkan pengalaman unik yang berbeda dari wisata konvensional, yaitu kedekatan dengan alam, ketenangan, dan kesempatan untuk melepaskan diri dari rutinitas kehidupan perkotaan yang padat. Trend ini diperkuat dengan adanya minat masyarakat untuk mencari alternatif rekreasi yang lebih aman dan menghindari keramaian, sehingga wisata alam menjadi pilihan yang sangat tepat.

Camp Ground Mandalawangi merupakan salah satu destinasi *camping* yang terletak di kawasan dengan panorama alam yang menawan dan udara yang sejuk. Sebagai salah satu *Camp Ground* yang cukup populer, Mandalawangi menawarkan pengalaman berkemah dengan fasilitas yang memadai dan pemandangan alam yang memukau. Lokasi strategis yang mudah diakses dari berbagai kota besar menjadikan *Camp Ground* ini sebagai pilihan favorit bagi wisatawan yang ingin menikmati aktivitas *outdoor* tanpa harus melakukan perjalanan yang terlalu jauh.

Dalam konteks *camp ground*, faktor-faktor *Hospitality* memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan jenis akomodasi lainnya. Dwyer & Edwards (2020) menjelaskan bahwa "para peneliti menganggap kualitas sebagai faktor paling penting dalam pengembangan pariwisata berbasis alam yang sukses," dimana *camping* merupakan bentuk populer dari wisata berbasis alam. Wisatawan yang berkemah umumnya menghabiskan waktu lebih lama di lokasi dan memiliki interaksi yang lebih intensif dengan lingkungan dan staf pengelola. Mereka juga memiliki ekspektasi yang spesifik terkait dengan fasilitas *camping*, kebersihan area berkemah, keamanan selama bermalam di alam terbuka, serta pelayanan yang dapat mendukung aktivitas *outdoor* mereka.

Meskipun *Camp Ground* Mandalawangi telah menjadi destinasi yang cukup populer, namun masih terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi dalam hal *Hospitality*. Observasi awal menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam tingkat kepuasan wisatawan terkait dengan pelayanan yang diterima, kondisi fasilitas, dan pengalaman secara keseluruhan. Beberapa wisatawan mengeluhkan aspek-aspek tertentu dari pelayanan, sementara yang lain memberikan apresiasi tinggi terhadap pengalaman mereka. Kondisi ini mengindikasikan perlunya evaluasi mendalam terhadap faktor-faktor *Hospitality* yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis faktor – faktor *Hospitality* yang mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola *Camp Ground* dalam mengembangkan strategi *Hospitality* yang lebih baik, serta memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya terkait dengan *Hospitality management* dalam konteks wisata alam dan *camping*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini. *Camp Ground* Mandalawangi sebagai salah satu destinasi *camping* yang populer menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif. Kualitas *Hospitality* menjadi faktor krusial yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung, namun belum ada kajian mendalam mengenai faktor-faktor *Hospitality* spesifik yang paling berpengaruh terhadap minat *revisit* wisatawan di *Camp Ground* ini.

Observasi awal menunjukkan adanya variasi dalam tingkat kepuasan wisatawan terkait dengan berbagai aspek *Hospitality* seperti kualitas pelayanan, kondisi fasilitas, kebersihan area, dan nilai yang dirasakan dari pengalaman berkemah. Variasi ini mengindikasikan perlunya identifikasi dan evaluasi terhadap faktor-faktor *Hospitality* yang paling signifikan mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh untuk nilai yang dirasakan secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi?
2. Mengapa fasilitas dan kebersihan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi?
3. Bagaimana faktor *Hospitality* manakah yang paling dominan mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang dipengaruhi untuk nilai yang dirasakan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kebersihan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi.
3. Untuk mengidentifikasi faktor *Hospitality* yang paling dominan mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke *Camp Ground* Mandalawangi.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan baik secara teoritis maupun praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

1. Kontribusi Ilmiah: Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, khususnya manajemen *Hospitality* pada destinasi wisata alam dan *camp ground*.
2. Penguatan Model Konseptual: Hasil penelitian ini dapat memperkaya teori tentang hubungan antara kualitas pelayanan, fasilitas, kebersihan, nilai yang dirasakan, dan minat berkunjung kembali wisatawan.
3. Referensi Akademik: Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor *Hospitality* pada konteks wisata alam, serta menjadi dasar pengembangan model *Hospitality* yang sesuai dengan karakteristik wisata *outdoor* di Indonesia.

b. Kegunaan Praktis

1. Bagi Pengelola *Camp Ground* Mandalawangi: Memberikan informasi empiris mengenai faktor *Hospitality* yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali, sehingga dapat dijadikan dasar dalam peningkatan kualitas pelayanan, pengelolaan fasilitas, dan kebersihan lingkungan.
2. Bagi Industri Pariwisata: Menjadi acuan bagi pelaku industri *camping* dan wisata alam lainnya dalam meningkatkan standar pelayanan dan pengelolaan destinasi berbasis *Hospitality* yang berkelanjutan.
3. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan: Memberikan data pendukung untuk penyusunan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata alam, terutama dalam penguatan kualitas sumber daya manusia dan standar pelayanan pada industri *camp ground*.
4. Bagi Akademisi dan Peneliti: Menjadi referensi bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan wisatawan, dan loyalitas dalam konteks *outdoor Hospitality*.