

BAB I

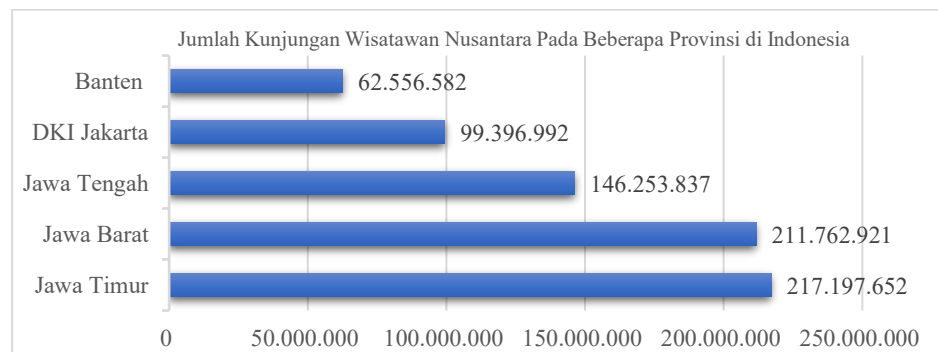
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi terbesar, dengan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan negara, sehingga banyak negara menjadikan sektor ini sebagai prioritas utama (Rahmawati, dkk. 2021). Industri pariwisata lebih dari sekadar pendorong perekonomian, karena memiliki peran yang krusial dalam peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat yang berkelanjutan. Hal ini, dapat dilihat dari bagaimana pariwisata memberikan dampak positif melalui pemberdayaan masyarakat lokal, serta dalam pelestarian warisan bersejarah dan budaya (Ramadhan dan Hidayah, 2024). Oleh karena itu, negara dengan sektor pariwisata berkembang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakatnya.

Di Indonesia, sektor pariwisata mempunyai peran yang krusial dalam mendorong pertumbuhan per-ekonomian nasional, karena berkontribusi sebagai sumber devisa negara dan pendapatan daerah (Amaliyah dan Musa, 2022). Kontribusi ini, diperkuat oleh Kemetrian Koordinasi Bidang Perekonomian, (2026) yang menyatakan bahwa devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2025 mencapai USD 13,82 miliar, atau sekitar Rp. 232 Triliun. Angka yang tergolong tinggi tersebut, karena didukung oleh faktor – faktor fundamental seperti letak geografis, luas wilayah dan keberagaman jenis wisata yang ditawarkan di Indonesia (Hasibuan, dkk. 2023). Lebih dari sekedar sumber devisa negara, sektor pariwisata Indonesia juga memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat sekitar, baik

melalui penciptaan peluang kerja, maupun perannya sebagai jembatan untuk memperkenalkan aspek budaya di daerah tersebut (Amaliyah dan Musa, 2022). Dengan demikian, wilayah yang memiliki minat kunjungan terbanyak akan merasakan dampak ekonomi, sosial dan budaya yang signifikan, terutama dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

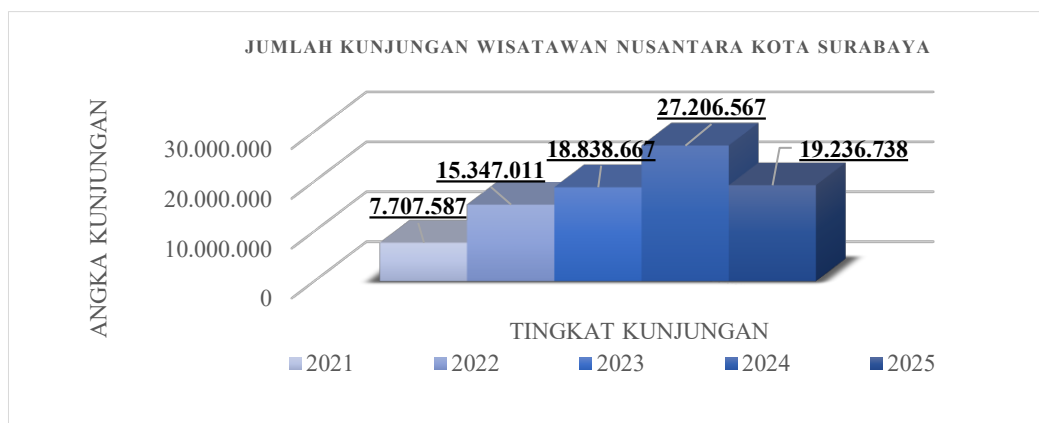


Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisnus Pada Beberapa Provinsi di Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia, dengan tingkat kunjungan wisatawan nusantara yang unggul. Hal ini, di dukung data dari BPS, yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 dimana jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Timur mencapai 217.197.652 kunjungan pada tahun 2025. Tingginya angka kunjungan tersebut tidak terlepas dari kekayaan geografis yang dimiliki, sehingga menghadirkan beragamnya daya tarik wisata, meliputi wisata alam, buatan, budaya hingga situs bersejarah (Prameswari, dkk. 2022). Salah satu, kota di provinsi Jawa Timur yang berkontribusi besar dalam tingkat kunjungan wisatawan adalah kota Surabaya, karena memiliki beragam daya tarik wisata dan memiliki tingkat kunjungan yang signifikan.

Surabaya merupakan salah satu destinasi yang memiliki tingkat kunjungan wisatawan nusantara tertinggi di Provinsi Jawa Timur, dimulai sejak tahun 2021 hingga 2025 (BPS, 2025). Data pada Gambar 1.2 menunjukkan total kumulatif perjalanan per tahun, mencerminkan volume kunjungan yang signifikan setiap tahunnya. Hingga September 2025, data BPS mencatat total kunjungan telah mencapai 19.236.738. Dengan rata – rata 2,14 juta kunjungan berdasarkan data Januari – September 2025. Temuan ini, sejalan dengan laporan BPS (2025) yang secara konsisten menyoroti peran destinasi ini sebagai penarik wisatawan nusantara. Meskipun volume kunjungan secara keseluruhan tinggi, perlu diperhatikan bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Surabaya menunjukkan fluktuasi bulanan, yang berarti terdapat periode peningkatan maupun penurunan jumlah kunjungan dalam satu tahun. Kondisi fluktuasi ini, mengindikasikan perlu adanya analisis lebih lanjut untuk memahami penyebab kondisi tersebut.



Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara di Kota Surabaya

Sumber: Badan Pusat Statistik (2021-2025)

Upaya mengelola fluktuasi dan mengembangkan daya tarik wisata, pemerintah Kota Surabaya terus berinovasi dalam mengembangkan potensi wisata.

Salah satu fokusnya adalah pemanfaatan daya tarik wisata yang memiliki nilai sejarah, karena keistimewaan destinasi Surabaya terletak pada kemampuannya menghadirkan kembali sejarah melalui bangunan – bangunan peninggalan yang dijadikan wisata cagar budaya (Priambodo, 2022). Upaya pengembangan ini, tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan tingkat kunjungan wisatawan, tetapi juga menyediakan beragamnya pilihan daya tarik wisata yang berkualitas bagi penduduk lokal (Farmedina, dkk. 2024). Menurut Disbudporapar, (2025) Alun – Alun Surabaya adalah salah satu daya tarik wisata bersejarah yang berkontribusi positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Surabaya, didukung data UPTD Alun – Alun Surabaya, yang mencatat total 591.836 wisatawan nusantara dan 401 wisatawan mancanegara pada tahun 2025. Keberadaan Alun – Alun juga memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lokal untuk beraktivitas, seperti rekreasi, bersosialisasi, bersantai, berdagang, serta berfungsi sebagai pusat pengembangan sekaligus sebagai ikon kota (Arifudin, dkk. 2021; Suminar, dkk. 2021; Shafar dan Sari, 2021)

Daya tarik Alun – Alun Surabaya tidak hanya terletak pada nilai sejarah bangunannya yang menjadi saksi bisu perjuangan pemuda Indonesia, tetapi juga memiliki fungsi sebagai tempat untuk beraktivitas dan berkumpulnya masyarakat sambil menikmati pertunjukan, seperti festival budaya, konser musik, acara olahraga, pameran seni melukis, pertunjukan musik tradisional dan kegiatan lainnya yang mencakup kegiatan budaya dan sosial (Farmedina, dkk. 2024). Alun – Alun Surabaya menghadirkan pengalaman yang unik dengan dua area gratis yang dapat diakses oleh wisatawan, pada area *outdoor* wisatawan dapat menikmati berbagai

aktivitas menarik sambil bersantai, sementara area *basement* menawarkan museum kecil dengan benda bersejarah, pameran lukisan, *skatepark* dan fasilitas pendukung seperti area untuk berkumpul komunitas dan *event* seminar (Almujahidin, dkk. 2023). Namun, keragaman aktivitas saja tidak cukup untuk mempertahankan jumlah kunjungan, sebab menurut Hilmi dan Mulyana, (2020) kualitas pelayanan juga memiliki peran krusial dalam membangun loyalitas wisatawan dan mengembangkan suatu daya tarik wisata secara berkelanjutan.

Kualitas pelayanan telah diakui sebagai faktor penentu terhadap keberhasilan industri pariwisata, karena memiliki pengaruh kuat terhadap tingkat kunjungan yang signifikan, khususnya pada suatu destinasi wisata (Manyangara, dkk. 2023). Kualitas pelayanan pada daya tarik wisata, mencakup seluruh aspek penyediaan layanan (fasilitas), informasi seputar daya tarik dan interaksi antara penyedia layanan (pengelola atau *staff*) dengan wisatawan, mulai dari sebelum kunjungan hingga pasca – kunjungan (Wahyudiono dan Soerjanto, 2024). Namun demikian, kualitas pelayanan seringkali menghadapi tantangan yang mempengaruhi pengalaman wisatawan ketika berkunjung.

Tantangan terkait kualitas pelayanan di Alun – Alun Surabaya menjadi perhatian penting, mengingat aspek tersebut diindikasikan dapat berdampak pada pengalaman wisatawan selama berkunjung. Hal ini, didukung dari beberapa ulasan wisatawan terhadap daya tarik wisata ini, yang tercatat pada platform *Google Review*. Pada tahun 2025, Alun – Alun Surabaya memperoleh total 11.690 ulasan, dengan nilai rata – rata *rating* 4,8 yang berarti tergolong dalam kategori pelayanan cukup baik berdasarkan standar penilaian *Google Review* (2025). Beberapa

wisatawan menyampaikan ulasan positif seperti bangunan yang indah, mudah dijangkau, tempat yang nyaman untuk bersantai, bebas biaya masuk dan memiliki berbagai aktivitas yang ditawarkan untuk wisatawan. Namun Sebagaimana pada Gambar 1.3 menunjukkan, ulasan pada *platform* yang sama, menyoroti pengalaman negatif yang dirasakan wisatawan, khususnya mengenai kepuasan kualitas pelayanan yang didapatkan wisatawan ketika berkunjung. Keluhan yang disampaikan meliputi, ketidakkonsistenan pelayanan, kebersihan yang kurang terjaga, keterbasatan area duduk, serta permasalahan lainnya yang mencerminkan bahwa kualitas pelayanan perlu ditingkatkan (*Google Review, 2025*).



Gambar 1.3 Ulasan Negatif Wisatawan Terkait Kepuasan Pelayanan

Sumber: *Google Review (2025)*

Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan secara mandalam, karena kepuasan wisatawan selama berkunjung berpotensi mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu daya tarik wisata di masa mendatang (Dwi dan Putri, 2021). Minat berkunjung kembali identik dengan motivasi alami wisatawan yang dapat mendorong kunjungan ulang pada daya tarik wisata (Farmedina, dkk. 2024). Selain itu, kualitas pelayanan yang baik diindikasikan berperan dalam membangun kepuasan dan loyalitas wisatawan,

sehingga menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan kunjungan (Hasani dan Yudhiasta, 2024). Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang berkolerasi positif dengan minat berkunjung kembali dapat menjadi salah satu indikasi dalam menentukan tingkat loyalitas wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata. Hal ini terjadi, karena ketika wisatawan memiliki persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan, baik sebelum maupun setelah berkunjung, maka dapat mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali ke daya tarik wisata (Septianing dan Farida, 2021). Dengan demikian, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan kekecewaan wisatawan, sehingga dapat berpengaruh terhadap kurangnya minat berkunjung kembali bahkan memberikan ulasan yang negatif. Maka memastikan kualitas pelayanan yang optimal di Alun – Alun Surabaya, merupakan suatu hal yang krusial untuk mempertahankan tingkat kunjungan yang berkelanjutan.

Kesenjangan penelitian muncul karena sebagian besar studi telah mengkaji kualitas pelayanan di berbagai daya tarik wisata, namun masih terbatas penelitian yang secara spesifik menganalisis kualitas pelayanan pada ruang publik perkotaan seperti Alun – Alun Surabaya. Selain itu, Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali dengan menekankan *Service Quality* lima dimensi yang relatif kurang dieksplorasi dalam literatur dengan daya tarik wisata Alun – Alun Surabaya. Dengan demikian, penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengelola Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Alun – Alun Surabaya”** yang akan berfokus pada evaluasi mendalam terhadap lima dimensi *Service Quality*.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut :

1. Apakah dimensi *Tangibles* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya?
2. Apakah dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya?
3. Apakah dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya?
4. Apakah dimensi *Anssurance* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya?
5. Apakah dimensi *Empathy* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya?
6. Apakah dimensi *Service Quality* berpengaruh secara simultan terhadap minat berkunjung kembali di Alun – Alun Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di rumuskan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Tangibles* terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya
2. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Reliability* terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya

3. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Responsiveness* terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya
4. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Anssurance* terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya
5. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Empathy* terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya
6. Untuk menganalisis pengaruh dimensi *Service Quality* secara simultan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Alun – Alun Surabaya

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktisi sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan minat berkunjung kembali, khususnya dalam konteks Alun – Alun di perkotaan
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan teoritis yang kuat bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di berbagai jenis daya tarik wisata

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan, bahan evaluasi serta pengembangan program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan tingkat kunjungan wisatawan, khususnya seperti Alun – Alun Surabaya

2. Penelitian ini dapat menjadi gambaran mengenai preferensi dan harapan wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata, sehingga dapat menyesuaikan layanan yang ditawarkan pada wisatawan dengan lebih tepat.