

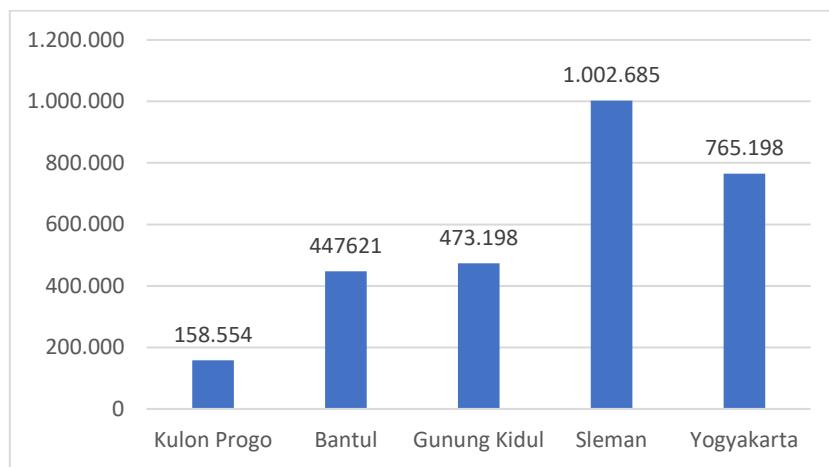
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Wisata merupakan hal yang menjadi konsentrasi pemerintah saat ini serta dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Oleh karena itu perlu untuk mengembangkan proyek wisata dengan baik. Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri wisata menjadi objek yang sangat penting, bahkan menjadi objek utama dalam memajukan perekonomian masyarakat. Menurut data pada Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pertumbuhan Wisatawan Nusantara yang datang di DIY yaitu sebesar 2.847.256 pada bulan Agustus 2024 (Yogyakarta, 2024). Hal ini membuktikan bahwa sektor wisata Yogyakarta memiliki potensi untuk dikembangkan.

**Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Nusantara di DIY**



Sumber: Badan Pusat Statistik DIY

Setiap daerah akan menunjukkan potensi dan keunggulan yang dimiliki untuk menarik pengunjung. Salah satu daerah yang berusaha memperlihatkan potensi dan

keunggulannya adalah Banguntapan. Banguntapan merupakan salah satu Kapanewon di Kabupaten Bantul yang berpotensi bagi perkembangan wisata karena Kapanewon Banguntapan menyediakan berbagai objek wisata alam dengan keunggulan dan keunikannya masing - masing. Hal ini mengharuskan pengelola wisata untuk melakukan upaya yang dapat memaksimalkan dan mengembangkan potensi tersebut.

**Tabel 1. 2 Objek Wisata di Kapanewon Banguntapan**

No	Nama Objek Wisata	Alamat
1.	Pasar Blumbang (Dewikerten)	Grojogan, Wirokerten
2.	Sendang Seliran	Sayangan, Jagalan
3.	Embong Potorono	Salakan, Potorono
4.	Telaga Desa Baturetno	Wiyoro, Baturetno

Sumber : Kapanewon Banguntapan

Salah satu objek wisata di Kapanewon Banguntapan yang memiliki potensi dan keunikan tersendiri adalah Desa Wisata Wirokerten (Dewikerten). Desa Wisata Wirokerten merupakan lembaga yang berperan penting dalam mengembangkan sektor pariwisata di Kalurahan Wirokerten dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dan mengembangkan pariwisata berkelanjutan (Wirokerten, 2014). Kalurahan Wirokerten memiliki potensi yang luar biasa dalam bidang UMKM dan budaya. Hal ini dibuktikan dengan Kalurahan Wirokerten yang memiliki banyak potensi wisata, seperti kegiatan Pasar Blumbang Mataram, *ngonthel N'Deso*, seni jatilan, gamelan, kesenian hadroh, karawitan, dan angklung.

Pasar Blumbang Mataram adalah salah satu *event* yang diselenggarakan oleh Desa Wisata Wirokerten. *Event* ini berlokasi di sekitar kolam ikan yang diadakan secara rutin bulanan (selapan sekali) setiap Minggu Wage. Pasar Blumbang

Mataram yang terletak di Grojogan Wirokerten Banguntapan Bantul telah menjadi pusat akivitas ekonomi dan wisata yang menarik minat pengunjung baik dari dalam daerah maupun luar derah. Pasar ini menawarkan berbagai produk lokal, pertunjukan seni yang meriah hingga kelezatan kuliner yang menggugah selera mulai dari sajian tradisional jaman dahulu hingga inovasi kuliner *modern* yang tetap menghormati warisan budaya. Tidak hanya itu, pengunjung akan merasakan sensasi unik karena selama proses jual beli transaksinya menggunakan koin yang terbuat dari batok kelapa sebagai pengganti alat tukar mata uang.



**Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Pasar Blumbang Mataram**

Sumber : Pasar Blumbang Mataram

Berdasarkan Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Pasar Blumbang Mataram pada bulan Desember 2022 hingga bulan Agustus 2024 menunjukkan adanya fenomena ketidakstabilan jumlah pengunjung. Jumlah pengunjung Pasar Blumbang Mataram yang tidak stabil pada setiap bulan disebabkan kurang terbentuknya loyalitas pengunjung (Aziz, 2022). Loyalitas pengunjung sangat dibutuhkan bagi Pasar Blumbang Mataram untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan Desa Wisata Wirokerten. Menurut Liling dkk. (2024) loyalitas adalah sikap pengunjung

yang mengunjungi kembali objek wisata setelah sebelumnya telah berkunjung bahkan sampai merekomendasikan objek wisata tersebut kepada orang lain.

Loyalitas secara tidak langsung dipengaruhi oleh kepuasan pengunjung (Aziz, 2022). Menurut Nurmala dkk. (2022) kepuasan merupakan perasaan senang konsumen setelah merasakan jika realitanya sesuai dengan ekspektasinya, dengan demikian wisatawan akan berkunjung kembali. Menyadari pentingnya loyalitas pengunjung, Pasar Blumbang Mataram berupaya untuk meningkatkan kepuasan pengunjung. Salah satu upaya untuk meningkatkan kepuasan pengujung Pasar Blumbang Mataram adalah dilakukannya kegiatan edukasi sampah yang dipadukan pertunjukan seni dan interaksi positif dengan masyarakat lokal yang ramah, sehingga dapat menciptakan pengalaman yang tidak terlupakan bagi pengunjung. Pengunjung yang puas dengan pengalaman mereka di Pasar Blumbang Mataram cenderung akan datang kembali.

Kegiatan edukasi sampah yang dilakukan oleh Dewikerten sekaligus untuk menjawab permasalahan prioritas yang terjadi di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu sampah, terutama sampah plastik. Permasalahan tersebut bisa jadi dikarenakan ketidakpedulian manusia yang mengakibatkan polusi sampah plastik skala besar dan mengganggu keharmonisan lingkungan. Desa Wisata Wirokerten mengambil *tag line* Pasar Blumbang Mataram : Pasar Tanpa Plastik Menuju Bantul Bebas Sampah Tahun 2025 sebagai salah satu bentuk kepedulian untuk mendukung program *zero waste* yang dilaksanakan pemerintah Kabupaten Bantul. Para pelaku UMKM Pasar Blumbang Mataram dianjurkan untuk tidak menggunakan kemasan plastik, namun menggunakan kemasan alami yang ramah lingkungan seperti daun

pisang, daun jati, batok kelapa. Hal ini bertujuan untuk mengurangi penggunaan sampah plastik dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu lingkungan sehingga menarik minat wisatawan karena keunikannya.

Fenomena terkait sampah meningkatkan kepedulian publik terhadap lingkungan dengan mulai mempromosikan produk atau layanan yang ramah lingkungan menggunakan konsep pemasaran hijau (Rizqiningsih & Widodo, 2021). Pemasaran hijau yang telah diterapkan oleh Pasar Blumbang Mataram yaitu aktivitas pemasaran dengan mengubah kemasannya melalui konsep *Pasar Tanpa Plastik Menuju Bantul Bebas Sampah Tahun 2025*, hal tersebut sejalan dengan pendapat Sawitri & Rahanatha (2019) pemasaran produk dengan cara yang ramah lingkungan disebut sebagai pemasaran hijau seperti memodifikasi produk, mengganti proses produksi, mengganti kemasan dan mengubah iklan. Menurut Saputra & Saggaf (2024) pemasaran hijau dapat menciptakan *image* “ramah lingkungan” di pikiran wisatawan sehingga berpengaruh terhadap loyalitas sebuah wisata.

Dewikerten merupakan wisata berbasis budaya dan kuliner yang mengedepankan pengalaman autentik, maka diperlukan kualitas layanan yang baik mulai dari pengelola wisata dan pelaku UMKM. Menurut Lutfiyah & AS (2024) kualitas layanan yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan sesuai dengan harapan dapat mengoptimalkan rasa puas pengunjung serta membangun kesetiaan pengunjung. Oleh karena itu kualitas pelayanan yang tinggi akan memiliki dampak positif terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan. Kualitas layanan menjadi faktor penting karena kepuasan tergantung pada pengalaman yang mereka dapatkan

saat berkunjung. Adanya ketersediaan kualitas layanan yang baik, baik dari pengelola wisata maupun pelaku UMKM Pasar Blumbang Mataram yang ramah akan menciptakan kesan positif dan suasana yang nyaman, sehingga mampu mendorong pengunjung untuk datang kembali.

Adanya pengunjung yang datang kembali akan meningkatkan keberlanjutan Desa Wisata Wirokerten. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pengunjung yaitu pemasaran hijau dan kualitas layanan. Berdasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil pada topik loyalitas pengunjung. Menurut penelitian Saputra & Saggaf (2024) pemasaran hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, namun pada penelitian Rustam & Sukati (2023) menyebutkan bahwa *green marketing* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung. Pada penelitian Saragih dkk. (2022) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pada penelitian Arvianto dkk. (2021) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung.

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu ditemukan bahwa variabel pemasaran hijau dan kualitas layanan terdapat perbedaan hasil penelitian (*gap research*), sehingga dapat menjadikan celah untuk melakukan penelitian kembali dengan tujuan memperjelas temuan peneliti sebelumnya. Hal ini juga sesuai dengan objek penelitian yang mengusung konsep Pasar Tanpa Plastik Menuju Bantul Bebas Sampah Tahun 2025. Berdasarkan uraian di atas maka dipilih judul penelitian **“Pengaruh Pemasaran Hijau dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pengunjung dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi pada Pasar**

## **Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pemasaran hijau berpengaruh terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
2. Apakah pemasaran hijau berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
5. Apakah pemasaran hijau berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
6. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?
7. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul?

### **C. Batasan Masalah**

Untuk mempermudah pembahasan dan membatasi ruang lingkup penelitian, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel dependen (Y) : Loyalitas pengunjung.
2. Variabel independen (X) : Pemasaran hijau dan kualitas layanan.
3. Variabel mediasi (Z) : Kepuasan.
4. Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Yogyakarta serta pernah berkunjung dan bertransaksi di Pasar Blumbang Mataram lebih dari satu kali.
5. Waktu pelaksanaan penelitian pada tahun 2025.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh pemasaran hijau terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.
2. Untuk menganalisis pengaruh pemasaran hijau terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.
5. Untuk menganalisis pengaruh pemasaran hijau terhadap loyalitas pengunjung dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul .

6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pengunjung dengan kepuasan sebagai variabel mediasi pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pengunjung pada Pasar Blumbang Mataram Desa Wisata Wirokerten Banguntapan Bantul.

## E. Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi tambahan pengetahuan untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam dunia perkuliahan terutama mengenai pemasaran hijau, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas.

### 2. Bagi STIM YKPN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa STIM YKPN yang dapat digunakan sebagai referensi dan sumber informasi di perpustakaan agar menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai manajemen pemasaran terutama terkait loyalitas.

### 3. Bagi Desa Wisata Wirokerten

Hasil penelitian ini diharapkan menambah informasi serta dapat memberikan saran dan masukan terkait pentingnya pemasaran hijau, kualitas layanan, kepuasan terhadap loyalitas pengunjung.