

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat hingga bisnis jasa pariwisata mulai banyak diminati. Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang dianggap penting dan strategis, karena pada tahun 2009 sektor pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Penguatan penerimaan devisa cukup beralasan karena bidang pariwisata di Indonesia sudah berkembang sejak dulu.

Sektor pariwisata yang banyak menghasilkan devisa bagi setiap negara dapat meningkatkan perekonomian suatu negara. Oleh karena itu akhir-akhir ini pemerintahan gencar mulai mengembangkan sumber daya pariwisata sebagai wujud pemanfaatan dari banyaknya tempat-tempat yang indah dan yang masih terjaga kealamiannya diseluruh wilayah hingga sampai ke pelosok daerah, hal tersebut sengaja direncanakan hanya untuk kepentingan meningkatkan perekonomian daerah serta meningkatkan potensi sumber daya alam untuk diolah dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya. Hal tersebut menandakan bahwa pemerintah menyadari pentingnya pariwisata sebagai sektor yang dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat regional.

Selain sektor pariwisata dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, sektor kepariwisataan umumnya menjadi salah satu andalan penerimaan Pendapatan Asli daerah (PAD) pada era otonomi daerah, karena sifatnya

yang multi efek berpotensi untuk menghasilkan pendapatan yang besar. Berkembangnya sektor kepariwisataan juga akan menghasilkan pendapatan wilayah dari berbagai sisi diantaranya retribusi masuk objek wisata, pajak hotel, restoran dan industri makanan, perizinan usaha pariwisata maupun penyerapan tenaga kerja dari sektor formal maupun informal. Maka, pengembangan pariwisata menjadi sangat penting memajukan dan memperbaiki atau meningkatkan pendapatan wilayah suatu daerah.

Kepuasan Wisatawan yang dikemukakan oleh Kotler (dalam Elvera, 2020) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi atau harapan mereka. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan amat puas. PJ. Johnson dalam Purwoko (2000) mengemukakan kepuasan seorang pelanggan dapat terlihat dari tingkat penerimaan pelanggan yang didapatkan. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Xia *et al.*, (2009) dan Forozia (2013), faktor penentu yang mempengaruhi kepuasan wisatawan ada empat faktor, yaitu harapan wisatawan, nilai pelanggan, citra destinasi, dan kualitas pelayanan. Dari keempat hasil penelitian terdahulu maka peneliti hanya mengadopsi tiga faktor yang di usulkan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yaitu nilai pelanggan, citra destinasi, dan kualitas pelayanan.

Perkembangan objek wisata di kabupaten Kebumen cukup pesat dibuktikan dengan banyaknya objek wisata baru yang bermunculan

berpotensi menambah kekayaan wisata dan sumber pendapatan di Kabupaten Kebumen salah satunya yaitu Pantai Mliwis. Pantai Mliwis merupakan destinasi baru dan menarik di Kecamatan Ambal. Munculnya wisata baru di Kabupaten Kebumen tentu memberikan dampak besar untuk kemajuan Kabupaten Kebumen. Hal ini harus diiringi dengan pembangunan infrastruktur dan pemasaran pariwisata yang dilakukan secara optimal agar wisata dapat dikenal oleh masyarakat luas dan akses menuju lokasi wisata dapat terjangkau oleh wisatawan dengan mudah sehingga meningkatkan kunjungan wisatawan.

Apabila pengunjung objek wisata meningkat, maka akan berdampak pada pendapatan yang bertambah sehingga tidak kesulitan dalam menutup biaya-biaya yang digunakan untuk operasional objek wisata. Namun kenyataannya, pengelolaan pariwisata di berbagai daerah masih belum dilakukan secara optimal, oleh karena itu guna mendukung pengelolaan pariwisata yang lebih baik. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kebumen mengemban tugas yang tidak ringan, yaitu menyusun strategi pengembangan pariwisata agar dapat dimanfaatkan untuk membangun pariwisata di Kabupaten Kebumen.

Kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan memberikan kepuasan kepada para wisatawan. Wisata Pantai Mliwis dikembangkan menjadi suatu objek wisata yang menarik dan menciptakan kepuasan wisatawan. Pada wisata pantai mliwis sudah memiliki keunikan dan keindahan yang cukup baik. Keunikan yang dimiliki yaitu dengan

adanya banyak pepohonan disekitar pantai selin itu ada fasilitas *gazebo* ditepi pantai dan tersedia kuliner yang beragam. Pantai mliwis ini tidak salah jika sering dikunjungi oleh para wisatawan karena keunikannya. Suatu destinasi wisata harus memperhatikan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan dikatakan sebagai salah satu ukuran kenyamanan, hal ini terkait dengan mudah dan sulitnya ingin dituju sehingga dapat berpengaruh pada kepuasan pengunjung. Pantai mliwis berada di pusat kecamatan Ambal. Akses jalan menuju Pantai Mliwis sudah baik bisa dilalui kendaraan besar. Oleh karena itu, para wisatawan yang berkunjung ke pantai mliwis merasa nyaman dan puas karena akses jalan yang baik. Fasilitas dari sebuah destinasi wisata sangatlah berpengaruh kepada kepuasan pengunjung. Pantai mliwis sudah mempunyai fasilitas yang baik seperti kamar mandi, area parkir yang luas, tempat beribadah dan lain-lain. Kenyataannya, suatu destinasi wisata sangatlah membutuhkan tampilan yang berbeda atau kemenarikan tersendiri demi tercapainya perilaku konsumen satunya kepuasan wisatawan.

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan terhadap pengunjung Pantai Mliwis. Berikut hasil observasi yang dilakukan.

Tabel I- 1
Observasi Kepuasan Wisatawan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Pengunjung yang merasakan puas	33	82,5%
2	Pengunjung yang merasakan tidak puas	7	17,5%
Jumlah		40	100%

Sumber: Observasi pengunjung Wisata Pantai Mliwis, 2022

Berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa 33 pengnjung mengaku merasakan puas dan 7 pengunjung mengaku tidak puas pada saat mengunjungi Objek Wisata Pantai Mliwis. Hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak pengunjung yang merasakan puas pada saat berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mliwis.

Berikut ini data hasil dari survei yang dilakukan untuk mengetahui mengenai faktor yang mempengaruhi wisatawan Pantai Mliwis terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebagai berikut:

Tabel I- 2
Observasi yang Mempengaruhi Kepuasan Wisatawan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase	Variabel
1	Kebersihan	7	40%	Nilai Pelanggan
2	Harga tiket murah	6		
3	Suasana asri	12	36%	Citra Destinasi
4	Pelayanan baik	3	24%	Kualitas Pelayanan
5	Fasilitas lengkap	5		
Jumlah		33	100%	

Sumber data: Observasi pengunjung Wisata Pantai Mliwis,2022

Berdasarkan hasil mini riset yang telah dilakukan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat 33 pengunjung mengaku merasakan kepuasan. 13 dari mereka menyatakan bahwa mereka merasa puas di Wisata Pantai Mliwis karena nilai pelanggan atau kebersihan dan harga tiket murah sebesar 39%, 8 dari mereka menyatakan kualitas pelayanan atau fasilitas dan pelayanan baik sebesar 24%, 12 dari mereka menyatakan citra destinasi atau suasana asri sebesar 36%. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Objek Wisata Pantai Mliwis banyak merasakan kepuasan oleh masyarakat Kebumen.

Murphy *et al.*, (2000) berpendapat bahwa nilai pelanggan merupakan nilai jangka panjang yang akan diberikan pelanggan pada perusahaan. Pencipta nilai pelanggan juga turut meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan memberikan kemungkinan yang lebih besar pelanggan untuk bertahan. Konsumen akan melihat nilai dari produk atau jasa dalam bentuk manfaat maupun kepuasan (Yuksel, 2001). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hutchinson *et al.*, (2009) menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap kepuasan pengunjung.

Selain nilai pelanggan, citra destinasi juga mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hanif & mawardi, 2016; Redita, Rizky dan Pangestuti, 2017; Wulandari *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan dapat tercipta dengan adanya citra destinasi yang positif. Wisatawan yang

memiliki penilaian positif mengenai destinasi terkait, maka memperoleh kepuasan yang tinggi.

Selain citra destinasi, kualitas pelayanan juga mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Adam & Sumartana, 2018; Al Rasyid, 2017; Laela, 2019; Nugroho & Magnadi, 2018; Pandesia *et al.*, 2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Tjiptono (2007:35) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Kepuasan wisatawan merupakan ukuran keseluruhan dari pendapat wisatawan pada setiap kualitas destinasi (Prayag, 2008 dalam Coban, 2012). Hasan (2015) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan dengan tingkat kinerja yang dirasakan. Ketika wisatawan merasakan kinerja produk wisata pada destinasi yang mereka kunjungi lebih tinggi dari harapan, maka bisa dikatakan mereka puas. Sebaliknya, jika kinerja produk pariwisata tersebut lebih rendah dari harapan mereka, sudah dipastikan mereka merasa kecewa atau tidak puas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Nilai Pelanggan, Citra Destinasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai Mliwis”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka dapat disusunlah *problem statement* atau permasalahan yaitu adanya indikasi bahwa Kepuasan Wisatawan tinggi pada pengunjung Objek Wisata Pantai Mliwis. Adapun *research problem* penelitian ini adalah apa yang menyebabkan kepuasan pengunjung Pantai Mliwis di Kebumen tinggi, padahal banyak sekali pesaingnya lokasi wisata yang lebih indah dan fasilitas lengkap yang tidak kalah menarik? Merujuk pada *problem statement* dan *research problem* yang ada, maka dapat dirumuskan *research question* atau pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah nilai pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen?

4. Apakah nilai pelanggan, citra destinasi dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara lebih fokus, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Responden pada penelitian ini dibatasi masyarakat Kabupaten Kebumen yang sudah pernah berkunjung ke Objek Wisata Pantai Mliwis dengan memenuhi syarat penelitian, sehingga dapat memberikan pendapat yang objektif.
2. Masalah dalam penelitian ini membahas tentang nilai pelanggan, citra destinasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan. Guna menghindari meluasnya batasan maka variabel penelitian ini dibatasi pada:
 - a. Kepuasan Wisatawan

Menurut Kotler (2012) kepuasan wisatawan adalah perasaan senang atau kecewa oleh seseorang yang berasal dari perbandingan antara hasil yang didapat dari kinerja atau hasil dari suatu produk beserta harapan-harapannya. Kepuasan wisatawan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut (Tjiptono&Fandy, 2015) yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan

- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

b. Nilai Pelanggan

Menurut Buttle dalam Saputra (2018:77) nilai pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang keseimbangan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan manfaat tersebut. Nilai pelanggan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Sweeney dan Soutar dalam Tjiptono (2007) yaitu:

- 1) Nilai emosional
- 2) Nilai sosial
- 3) Nilai kualitas/performa jasa
- 4) Nilai terhadap biaya

c. Citra Destinasi

Citra Destinasi menurut Kotler dan Keller (2009) adalah sejumlah keyakinan, ide, dan kesen yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Citra destinasi dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut (Qu, Kim, & Im, 2011) indikator citra destinasi yaitu:

- 1) Citra destinasi kognitif
- 2) Citra destinasi yang unik
- 3) Citra destinasi efektif

d. Kualitas Pelayanan

Armaniah, et al., (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Kualitas pelayanan dalam penelitian ini dibatasi pada indikator menurut Lupiyoadi (2001) yaitu:

- 1) Bukti fisik
- 2) Keandalan
- 3) Daya tanggap
- 4) Empati
- 5) Jaminan

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh positif nilai pelanggan terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di Kabupaten Kebumen.

4. Mengetahui apakah terdapat pengaruh positif nilai pelanggan, citra destinasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Objek Wisata Pantai Mliwis di kabupaten Kebumen.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi kepentingan teoritis maupun praktis yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi, serta sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran bagi para peneliti di masa yang akan datang, khususnya terkait kepuasan wisatawan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengelola objek wisata Pantai Mliwis sebagai masukan dan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengembangkan strategi mengenai pentingnya nilai pelanggan, citra destinasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan strategi di masa yang akan datang agar selalu terjadi peningkatan jumlah pengunjung.