

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di banyak negara termasuk Indonesia. Sektor ini memiliki potensi besar dalam memberikan kontribusi terhadap ekonomi rakyat, menciptakan lapangan kerja, serta mempromosikan budaya dan keindahan alam suatu daerah kepada dunia internasional. Pemerintah Indonesia hingga saat ini masih sangat aktif dalam mengembangkan pariwisata melalui pertumbuhan industri pariwisata yang sedang pesat jika dibandingkan dengan sektor lainnya.

Pembangunan kepariwisataan memiliki peranan krusial dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berbisnis, mendukung pembangunan nasional yang merata, dan memberikan sumbangan pada penerimaan devisa negara dari jumlah kunjungan wisatawan, serta berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sektor pariwisata juga berperan dalam upaya memperkuat identitas bangsa dan mendorong kesadaran serta kebanggaan masyarakat terhadap kekayaan alam dan budaya bangsa dengan memperkenalkan keindahan tersebut.

Pariwisata Indonesia memiliki ciri khas sendiri bagi wisatawan yang beraneka ragam tersebar diberbagai wilayah di Indonesia, salah satunya di

Kabupaten Kebumen. Kabupaten Kebumen mempunyai daerah yang kaya akan potensi pariwisata alam. Keindahan alamnya yang meliputi pantai, perbukitan karst, goa, dan air terjun menjadikan Kebumen sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Beberapa tujuan wisata unggulan di Kabupaten Kebumen adalah pantai, karena Kabupaten Kebumen dengan panjang garis pantai 57,55 kilometer, menawarkan jalur susur pantai yang tidak kalah menarik bila dibandingkan dengan daerah lain. Karena selain disugahi medan yang menantang, garis pantai di Kabupaten Kebumen juga menampilkan pemandangan yang sangat indah.

Kabupaten Kebumen memiliki beragam destinasi wisata pantai yang menarik, salah satunya adalah Pantai Pandan Kuning Petanahan. Dari sekian banyak wisata di Kebumen banyak pengunjung memilih Pantai Pandan Kuning untuk menjadi tempat wisata favorit. Terletak di Desa Karanggadung Kecamatan Petanahan, pantai ini dikenal dengan keindahan pasir hitamnya yang memikat, gelombang ombak yang besar, serta suasana alami yang masih asri. Selain menjadi tempat rekreasi, Pantai Pandan Kuning juga memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang mampu mendukung perekonomian masyarakat lokal. Berikut merupakan data tempat wisata pantai dan jumlah wisatawan di Kebumen:

Tabel I- 1
Pengunjung Objek Wisata Pantai Tahun 2023

No	Nama Wisata Pantai	Jumlah Pengunjung
1	Pantai Mliwis	652.862
2	Pantai Menganti	357.467
3	Pantai Bocor	162.002
4	Pantai Laguna	144.063
5	Pantai Pandan Kuning	81.775
6	Pantai Suwuk	76.853
7	Pantai Logending	37.986
8	Pantai Karangbolong	4.064
9	Pantai Lampon	1.533

Sumber data: Satu Data Kebumen, 2024

Dari 9 data objek wisata tersebut, Pantai Pandan Kuning menempati posisi ke 5 yang diawali oleh Pantai Mliwis dengan 652.862 pengunjung, disusul Pantai Menganti dengan 357.467 pengunjung pada urutan ke 2 dan Pantai Bocor dengan 162.002 pengunjung pada urutan ke 3 di tahun 2023. Sementara itu, Pantai Lampon justru menempati posisi terakhir dimana hanya 1.533 pengunjung. Berdasarkan tabel tersebut, banyak pengunjung yang mendatangi wisata pantai di Kebumen pada tahun 2023.

Pada akhir tahun 2023 tepatnya pada tanggal 29 Desember pemerintah juga meresmikan Pandan Kuning Park. Dengan berbagai wahana permainan dan fasilitas modern, Pandan Kuning Park menjadi magnet baru bagi wisatawan lokal dan mancanegara. Diketahui khusus Pandan Kuning Park menyediakan banyak wahana permainan menarik. Di antaranya ada kuda putar, komedi putar, kolam sepeda air, Bom Bom Car, kolam kecehan atau kolam

tumpah, dan kereta ceria. Kemudian tersedia juga cafe, resto, area kantin, panggung perahu dan lainnya. Lokasinya yang berdekatan dengan Pantai Pandan Kuning menjadi nilai tambah yang mendukung daya tariknya. Namun, pengembangannya masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan fasilitas pendukung, aksesibilitas yang belum maksimal, dan promosi yang belum meluas. Di era digital saat ini, strategi promosi yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, sangat penting untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung.

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia sejak tahun 2020 juga memberikan dampak besar terhadap sektor pariwisata. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan, baik domestik maupun internasional, mengakibatkan kerugian ekonomi yang signifikan di berbagai daerah yang bergantung pada sektor ini. Namun, di sisi lain pandemi juga memunculkan peluang untuk melakukan restrukturisasi dan inovasi dalam pengelolaan pariwisata, seperti penerapan konsep pariwisata berkelanjutan dan digitalisasi layanan wisata. Berikut data pengunjung Pantai Pandan Kuning:

Tabel I- 2
Data Pengunjung Pantai Pandan Kuning

Tahun	Jumlah
2019	128.623
2020	58.245
2021	47.793
2022	67.110
2023	81.775

Sumber data: Satu Data Kebumen, 2024

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa jumlah pengunjung Pantai Pandan Kuning pada tahun 2019, jumlah wisatawan tercatat sebanyak 128.623 orang, menjadi jumlah tertinggi dalam periode ini. Di tahun 2020, jumlah wisatawan menurun drastis menjadi 58.245 orang, kemungkinan besar akibat dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2021, jumlah wisatawan kembali mengalami penurunan menjadi 47.793 orang, menunjukkan masih adanya dampak dari pandemi. Tahun 2022 menunjukkan peningkatan dengan jumlah wisatawan mencapai 67.110 orang, seiring pemulihan sektor pariwisata. Pada tahun 2023, jumlah wisatawan meningkat lagi menjadi 81.775 orang, menandakan pemulihan yang terus berlanjut, meskipun belum mencapai angka kunjungan pada tahun 2019.

Penulis melakukan observasi untuk mengetahui alasan masyarakat untuk melakukan kunjungan kembali (*revisit intention*) pada Pantai Pandan Kuning. Berikut penulis sajikan observasi yang penulis lakukan kepada 30 responden, yaitu

Tabel I- 3
Hasil Observasi dari Responden

No	Alasan	Responden
1	Daya tarik wisata	19
2	Citra wisata	4
3	Kepuasan wisata	5
4	Harga tiket masuk	2
	Total	30

Sumber: hasil observasi, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, terdapat empat jawaban yang menjadi alasan pengunjung berniat melakukan kunjungan kembali ke Pantai Pandan Kuning. Penulis mengambil tiga alasan responden yang paling banyak yaitu: daya tarik wisata, citra wisata, dan kepuasan wisata. Sedangkan yang paling utama menjadi alasan responden adalah daya tarik yang dimiliki wisata Pantai Pandan Kuning.

Menurut Kusumaningrum (2022) niat berkunjung ulang (*revisit intention*) adalah pelanggan akan melakukan tindakan mengunjungi kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku pasca kunjungan dalam jangka waktu tertentu. Niat kunjung kembali merupakan keinginan seseorang untuk kembali pada suatu tempat di masa yang akan datang (Sinambela, 2021). Hal ini berarti bahwa pengunjung yang datang mengunjungi kembali Pantai Pandan Kuning merupakan respon positif untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan secara langsung.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik destinasi wisata (*destiantion attractivenes*) dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Pantai Pandan Kuning memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan dengan wisata yang lain salah satunya adalah hutan cemara yang masih asri dan wahana permainan modern memikat wisatawan untuk datang kembali.

Menurut Hanif Dkk (2016) Citra destinasi (*destination image*) merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Menurut Lopes (dalam Ardiansyah,2021) *image* atau bisa disebut sebagai citra adalah persepsi masyarakat atau konsumen terhadap jati diri perusahaan atau asosiasinya, image destinasi merupakan pengetahuan objektif, imajinasi, prasangka dan pemikiran yang melibatkan bentuk emosional kelompok maupun individu terhadap lokasi objek wisata tertentu. Pantai Pandan Kuning selalu ramai pengunjung terutama pada waktu hari raya, hal ini sangat menguntungkan bagi masyarakat sekitar yang berjualan di Pantai Pandan Kuning baik pedagang pakaian, sovenir, makanan dan pemilik kuda yang dijadikan tunggangan para pengunjung untuk berjalan-jalan dari ujung barat ke timur sehingga pendapatan yang didapat para pedagang meningkat tinggi terutama pedagang makanan. Citra Pantai Pandan Kuning pernah buruk di karenakan sebelum COVID-19 melanda banyak premanisme dan pungli yang terjadi, mengakibatkan para pengunjung merasa tidak nyaman dan memilih untuk berkunjung di tempat wisata yang lain.

Menurut Kotler & Keller dalam Dedek Kurniawan (2020) kepuasan pelanggan (*tourist satisfaction*) merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan. Kotler dan Keller (2009) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau (hasil) terdapat ekspektasi mereka. Jika

kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Jika kepuasan pengunjung pada Pantai Pandan Kuning tercapai dengan baik maka pengelola telah berhasil membuat pengunjung merasa senang dan puas saat berwisata di destinasi wisata tersebut. Kepuasan pengunjung merupakan tujuan utama bagi pengelola wisata Pantai Pandan Kuning.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"PENGARUH *DESTINATION ATTRACTIVENES* DAN *DESTINATION IMAGES* TERHADAP *REVISIT INTENTION* DENGAN *TOURIST SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING"** (Studi pada Objek wisata Pandan Kuning Petanahan).

1.2. Rumusan Masalah

Dalam industri pariwisata, *destination attractiveness* dan *destination image* merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Sebuah destinasi yang memiliki daya tarik unik dan citra yang positif di mata wisatawan cenderung mampu meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong niat untuk kembali berkunjung (*revisit intention*). *Tourist satisfaction* juga memainkan peran penting dalam menjembatani hubungan antara daya tarik serta citra destinasi dengan niat untuk kembali. Wisatawan yang puas dengan pengalaman mereka biasanya memiliki

kecenderungan lebih besar untuk mengunjungi kembali destinasi yang sama di masa mendatang. Oleh karena itu, memahami hubungan antara *destination attractiveness*, *destination image*, *tourist satisfaction*, dan *revisit intention* menjadi hal yang sangat penting bagi pengelola destinasi wisata untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif.

Berdasarkan rumusan masalah dan latar belakang penelitian, pertanyaan yang dapat dibangun dari penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh *destination attractiveness* terhadap *tourist satisfaction* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
2. Apakah pengaruh *destination image* terhadap *tourist satisfaction* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
3. Apakah pengaruh *destination attractiveness* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
4. Apakah pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
5. Apakah pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
6. Apakah *tourist satisfaction* berperan sebagai variabel intervening antara *destination attractiveness* dan *revisit intention* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?
7. Apakah *tourist satisfaction* berperan sebagai variabel intervening antara *destination image* dan *revisit intention* pada pengunjung Pantai Pandan Kuning?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari penyimpangan agar tidak keluar dari tujuan penelitian, maka penulis memandang perlu di tetapkan batasan masalah ini berfokus sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Pantai Pandan Kuning minimal satu kali pada kurun waktu 2 tahun terakhir dan usia diatas 17 tahun dengan alasan bahwa usia tersebut sudah dewasa dan mampu memberikan pendapat objektif.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *destination attractiveness* dan *destination image* terhadap *revisit intention* dengan *tourist satisfaction* sebagai variabel intervening.

Guna menghindari meluasnya bahasan, maka variabel akan dibatasi pada:

- a. *Revisit Intention*

Menurut Kusumaningrum (2022) niat berkunjung ulang (*revisit intention*) adalah pelanggan akan melakukan tindakan mengunjungi kembali diwaktu yang akan datang sebagai respon langsung dari perilaku pasca kunjungan dalam jangka waktu tertentu. Masalah *revisit intention* ini dapat diukur menggunakan indikator Kusumaningrum (2022) terdiri atas:

- 1) Ada keinginan untuk berkunjung kembali.
- 2) Wisatawan mau menceritakan kepuasan terhadap orang lain.
- 3) Bersedia merekomendasikan kepada calon pengunjung lain.
- 4) Pengunjung memberikan nilai reputasi yang positif.

5) Melakukan hubungan sosial yang harmonis dengan pihak destinasi.

b. *Tourist Satisfaction*

Menurut Kotler & Keller dalam Dedek Kurniawan (2020) kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan. Masalah *tourist satisfaction* ini dapat diukur menggunakan indikator Taris Adani dalam Kusumaningrum (2022) terdiri atas:

- 1) Kualitas wahana
- 2) Kualitas pelayanan
- 3) Harga tiket wisata
- 4) Kemudahan dalam mengakses
- 5) Cara mengiklankan destinasi

c. *Destination Attractive*

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik destinasi wisata (*destiantion attractive*) dapat dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Secara lebih spesifik disebutkan bahwa daya tarik wisata alam, merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Masalah

destination attractive ini dapat diukur menggunakan indikator-indikator Baharuddin (2017) terdiri atas:

- 1) Pemandangan
- 2) Akses/keterjangkauan
- 3) Kenyamanan
- 4) Fasilitas yang tersedia
- 5) Infrastruktur jalan
- 6) Pelayanan, dan Informasi

d. *Destination Image*

Menurut Lopes (dalam Ardiansyah,2021) *image* atau bisa disebut sebagai citra adalah persepsi masyarakat atau konsumen terhadap jati diri perusahaan atau asosiasinya, *image* destinasi merupakan pengetahuan objektif, imajinasi, prasangka dan pemikiran yang melibatkan bentuk emosional kelompok maupun individu terhadap lokasi objek wisata tertentu. Masalah *destination image* ini dapat diukur menggunakan indikator Hailin Qu, et.al (2010:470) terdiri atas:

- 1) Citra kognitif
- 2) Citra unik
- 3) Citra afektif

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *destination attractiveness* terhadap *tourist satisfaction* pada pengunjung Pandan Kuning.
2. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *tourist satisfaction* pada pengunjung Pandan Kuning.
3. Untuk mengetahui pengaruh *destination attractiveness* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pandan Kuning.
4. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pandan Kuning.
5. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pandan Kuning.
6. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* berperan sebagai variabel intervening antara *destination attractiveness* dan *revisit intention* pada pengunjung Pandan Kuning.
7. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* berperan sebagai variabel intervening antara *destination image* dan *revisit intention* pada pengunjung Pandan Kuning.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan untuk memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Adapun penjabaran dari manfaat riset ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa dengan konteks

atau metode yang berbeda, khususnya mengenai hubungan antara *destination attractiveness*, *destination image*, *tourist satisfaction*, dan *revisit intention*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola destinasi, pemerintah, dan pelaku industri pariwisata dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan, seperti daya tarik dan citra destinasi. Hasilnya diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran, menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan, serta mendukung pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan.

