

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang dianggap penting dan strategis, karena pada tahun 2009 sektor pariwisata menempati urutan ketiga dalam penerimaan devisa setelah komodati minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Sektor pariwisata Indonesia mengalami perkembangan yang sangat signifikan, hal ini terlihat dari kunjungan wisata serta dampaknya terhadap penerimaan devisa pariwisata yang semakin meningkat setiap tahunnya. Pariwisata yang juga dianggap memiliki keunggulan karena mayoritas kegiatannya berada di sektor jasa. Pariwisata juga merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat (travel.kompas.com, 2019).

Menurut World Tourism Organization (WTO), pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang bisa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya. Sebuah destinasi wisata tidaklah cukup hanya menawarkan manfaat yang biasa kepada para konsumen atau wisatawan. Destinasi wisata haruslah memiliki suatu daya tarik tersendiri agar dapat bersaing dengan destinasi wisata lainnya. Daya tarik wisata pada dasarnya harus memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dari destinasi – destinasi lainnya sebagai karakteristik daya tarik yang melekat dan menjadi penentu pengambilan keputusan terakhir.

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang mempunyai banyak sekali daerah objek wisata berbasis alam, dan budaya yang mempunyai peluang untuk dikembangkan menjadi objek wisata unggulan Jawa Tengah. Salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang berada di wilayah pesisir adalah Kabupaten Kebumen. Kebumen memiliki wilayah pesisir yang cukup luas yaitu 36,6 km² dengan panjang pantai 57,7 km. Letak geografis Kabupaten Kebumen yang berada di ujung Selatan Pulau Jawa dan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia menjadikan daerah ini memiliki wilayah pesisir yang cukup luas, selain itu daerah ini juga mempunyai Garis Pantai Selatan yang membentang di selatan Kabupaten Kebumen yang masih sangat potensial untuk dikembangkan menjadi objek wisata pantai. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang menjadikan Kebumen memiliki bekal untuk menambah daya tarik para wisatawan dan menjadikan Kabupaten Kebumen menjadi tujuan pariwisata. Salah satu wisata pantai yang berada di Kabupaten Kebumen yaitu Pantai Menganti, seperti yang dilihat pada data pengunjung wisata Pantai Menganti berikut ini:

Tabel I- 1
Data Pengunjung Objek Pantai Menganti Kebumen Dari
Tahun 2017 Hingga 2021

Tahun	Jumlah	Presentase
2017	448.670	21%
2018	447.004	21%
2019	437.840	21%
2020	286.210	4%

Sumber : Statistik Sektorial Kabupaten Kebumen 2022 (Tahun Data 2017-2021)

Data diatas menggambarkan kondisi jumlah pengunjung objek wisata Pantai Menganti bahwa 5 tahun berturut – turut objek wisata tersebut ada yang mengalami penurunan dan peningkatan pada tahun 2020 – 2021. Pada tahun 2020 seluruh objek wisata di Kabupaten Kebumen mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan. Hal itu dikarenakan pada tahun 2020 merupakan awal munculnya virus Covid-19 di Indonesia. Munculnya virus tersebut menyebabkan adanya social distancing dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang sangat berpengaruh terhadap sektor pariwisata di seluruh Indonesia salah satunya pariwisata di Kabupaten Kebumen. Sedangkan pada tahun 2021 objek wisata Pantai Menganti mengalami peningkatan drastis dari pada tahun-tahun sebelumnya. Dimana Pantai Menganti menjadi salah satu wisata paling banyak dikunjungi dibandingkan dengan wisata lain yang berada di Kabupaten Kebumen. Hal ini Pantai Menganti merupakan wisata yang dikelola oleh Masyarakat Desa Hutan (LDMH) Sengkuyung Makmur Karangduwur, bekerjasama dengan Perum Perhutani dan dibuka lebih awal dibanding dengan wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah, dimana semua orang merasa jenuh dan butuh liburan karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Dari segi destinasi wisata, Pantai Menganti menyimpan panorama pantai yang indah yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Pantai Menganti terletak di Desa Karangduwur, Kecamatan Ayah, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Pantai Menganti berjarak sekitar 46 kilometer dari pusat kota Kabupaten Kebumen dan memiliki luas sekitar 43,75

hektar. Pantai Menganti memiliki keunikan tersendiri untuk menarik perhatian wisatawan. Salah satu keunikan dari Pantai Menganti ini adalah mempunyai keindahan yang eksotis dengan pasir putih berpadu dengan hamparan lautan biru Samudra Hindia, memiliki spot untuk camping serta batu karang dan dibentangi perbukitan hijau, dan terdapat puncak mercusuar yang menjadi spot populer wisatawan untuk menikmati sunset maupun sunrise sambil melihat pemandangan Pantai Menganti dari atas, siapapun akan kagum saat melihatnya. Pantai Menganti sudah dikelola dengan cukup baik dan bisa mempengaruhi para pengunjung untuk kembali berkunjung dan menikmati keindahan Pantai Menganti.

Pengelola Pantai Menganti terus berusaha melakukan strategi pemasaran serta terus melakukan upaya perbaikan dari segi pengelolaan sendiri. Banyak yang sudah ke Pantai Menganti lebih dari 1 kali. Tak hanya wisatawan lokal, bahkan wisatawan dari luar Kabupaten Kebumen menyempatkan diri mengunjungi tujuan wisata ini pada momen-momen tertentu, seperti lebaran dan tahun baru. Selain itu, melihat banyaknya objek wisata baru tidak menutup kemungkinan jumlah pengunjung akan mengalami penurunan. Pantai Menganti memiliki banyak keindahan, namun dibalik keindahan tersebut masih terdapat permasalahan dalam akses jalan yang masih sempit sehingga sulit dilalui oleh kendaraan besar. Akses jalan yang sulit, apakah berdampak terhadap niat wisatawan untuk berkunjung ataupun berkunjung kembali. Oleh karena ketertarikan tersebut, peneliti melakukan observasi kepada 30 responden yang pernah mengunjungi Pantai Menganti dan

mengaku berniat untuk melakukan kunjungan ulang. Wisatawan yang untuk melakukan kunjungan ulang atau *revisit intention* dipengaruhi oleh beberapa faktor atau alasan yang dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel I- 2
Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berkunjung Ulang

No.	Jawaban Responden	Jumlah	Presentase	Kategori
1.	Karena adanya kepercayaan destinasi	8	27%	<i>Destiantion Image</i>
2.	Keamanan wisatawan terjamin	3	10%	
3.	Kerena pelayanan ramah	2	7%	<i>Satisfaction</i>
4.	Karena ada banyak tempat spot foto yang disediakan	6	20%	
5.	Karena adanya pemandangan laut yang indah dari atas bukit	7	23%	
6.	Rasa senang karena mengunjungi Pantai Menganti	4	13%	<i>Attitude</i>
Jumlah		30	100%	

Sumber : Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 1-2, hasil observasi ada 6 faktor yang mempengaruhi niat berkunjung ulang atau *revisit intention* di Pantai Menganti, dimana 2 faktor dikelompokan masuk kedalam kategori *destination image*, 3 faktor dikelompokan masuk dalam kategori *satisfaction*, dan 1 faktor dikelompokan masuk dalam kategori *attitude*. Jadi dari ketiga faktor tersebut, peneliti memilih 2 faktor yang paling mempengaruhi responden untuk berkunjung kembali atau *revisit intention* adalah faktor *destination image* (citra destinasi), dan *satisfaction* (kepuasan) pengunjung, sehingga mempengaruhi pengunjung untuk mengunjungi kembali objek wisata Pantai Menganti.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kunjungan kembali citra destinasi (*destination image*). (Hanif & Mawardi, 2016) Citra destinasi

(*destination image*) merupakan keyakinan/ pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Faktor lain agar pengembangan destinasi pariwisata sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah dengan cara memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Citra destinasi (*destination image*) dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan serta loyalitas wisatawan (*tourism loyalty*). Menurut Coban (2012) membuktikan bahwa dalam penelitiannya citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik. Coban juga menerangkan bahwa wisatawan yang menilai positif terhadap citra suatu destinasi kemungkinan bersedia berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi terkait ke orang lain. Citra positif dari destinasi wisata akan menjadi penyangga terhadap kekurangan destinasi dan begitu juga sebaliknya. Wisatawan mengevaluasi keputusan mengenai suatu destinasi wisata berdasarkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap destinasi dan memutuskan apakah akan berkunjung ke destinasi tersebut atau tidak.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kunjungan kembali yaitu kepuasan (*satisfaction*). Kunjungan wisatawan dapat dibangun dengan memberikan kepuasan (*satisfaction*) kepada para wisatawan. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai kepuasan menyeluruh (*overall satisfaction*) yaitu tanggapan secara menyeluruh tentang seberapa puas dan tidak puas terhadap total atribut produk atau jasa. Menurut Davis, Kevin W (1995) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan, kepercayaan, kemudian ketahanan pelanggan dan pada akhirnya mendatangkan profit. Apabila wisatawan merasa tidak puas akan menyebabkan penurunan jumlah kunjungan, sebaliknya jika wisatawan merasa puas maka akan tercipta gambaran positif terhadap jasa pariwisata serta mendorong penciptaan *revisit intention*.

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Destination Image* dan *Satisfaction* Terhadap *Revisit Intention* dengan *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada wisatawan Pantai Menganti Kebuemen)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, dapat diketahui pengunjung wisata Pantai Menganti dalam 5 tahun (2017-2021) mengalami penurunan dan peningkatan. Sehingga timbul pertanyaan “Akses yang sulit, apakah berdampak terhadap niat wisatawan untuk berkunjung kembali?”. Oleh sebab itu, dapat dirumuskan masalah penelitian “Pengaruh *Destination Image*, dan *Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* dengan *Attitude* sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada wisatawan Pantai Menganti).”

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *attitude* pada pengunjung wisatawan Pantai Menganti?
2. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *attitude* pada pengunjung Pantai Menganti?

3. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada pengunjung wisatawan Pantai Mengantri?
4. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada wisatawan Pantai Menganti?
5. Apakah *attitude* berpengaruh terhadap *revisit intention* pada wisatawan Pantai Menganti?
6. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* melalui *attitude* pada wisatawan Pantai Menganti?
7. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* melalui *attitude* pada wisatawan Pantai Menganti?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dilakukan pada wisatawan Pantai Menganti yang pernah berkunjung ke Pantai Menganti minimal 1 kali.
2. Variabel yang diteliti meliputi :
 - a. *Revisit Intention*

Revisit Intention merupakan bentuk perilaku (*behavioral intension*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali, memberikan *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, berbelanja lebih banyak dari perkiraan (Zeithaml et al., 2009). (Cole & Scott, 2008) mendefinisikan *revisit intention* sebagai keinginan atau rencana konsumen untuk melakukan kunjungan kembali ke tempat yang sama.

Menurut Zhu Minghang dan Zhang Hanyu (dalam Septiana, 2018) ada 3 indikator *revisit intention* adalah :

- 1) Niat untuk berkunjung Kembali.
- 2) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- 3) Reputasi bak dimata pengunjung.

b. Attitude

Attitude (Sikap) adalah pernyataan-pernyataan atau penilaian evaluative berkaitan dengan obyek tertentu. Terdapat 3 indikator *attitude* (sikap) menurut Schiffman & Kanuk (2008: 2265):

- 1) Suka
- 2) Pemikiran
- 3) Tindakan

c. Destination Image

Citra destinasi didefinisikan sebagai representasi mental individu mengenai pengetahuan (keyakinan), perasaan dan persepsi keseluruhan tujuan tertentu. Menurut Coban (2012) citra kognitif menjelaskan keyakinan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi.

Menurut Coban (2012) ada 3 indikator citra destinasi yaitu:

- 1) *Natural Environment*
- 2) *Cultural Attraction*
- 3) *Touristy Traditions*

d. Satisfaction

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya (Kotler, 2002:42). Menurut Tjiptono (2012) indikator *satisfaction* adalah :

- 1) *Overal satisfaction* (kepuasan keseluruhan).
- 2) *Confirmation of expectation* (konfirmasi harapan).
- 3) *Comporation to ideal* (memperbandingkan dalam situasi ideal).

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *attitude* di Pantai Menganti.
2. Mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *attitude* di Pantai Menganti.
3. Mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* di Pantai Menganti.
4. Mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *revisit intention* di Pantai Menganti.
5. Untuk mengetahui *satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* di Pantai Menganti.
6. Mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* melalui *attitude* di Pantai Menganti.
7. Mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *revisit intention* melalui *attitude* di Pantai Menganti.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan tentang dunia bisnis pariwisata mengenai pengaruh *attitude* dalam memediasi *destination image* dan *satisfaction* terhadap *revisit intention*.
- 2) Dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu ekonomi khususnya dalam bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis dapat digunakan untuk perusahaan agar dapat lebih mengetahui apa saja yang dapat meningkatkan *revisit intention* sehingga dapat menerapkan strategi yang cocok untuk menarik dan menjaga pengunjung.