

BAB 1

PENDAHULUAN

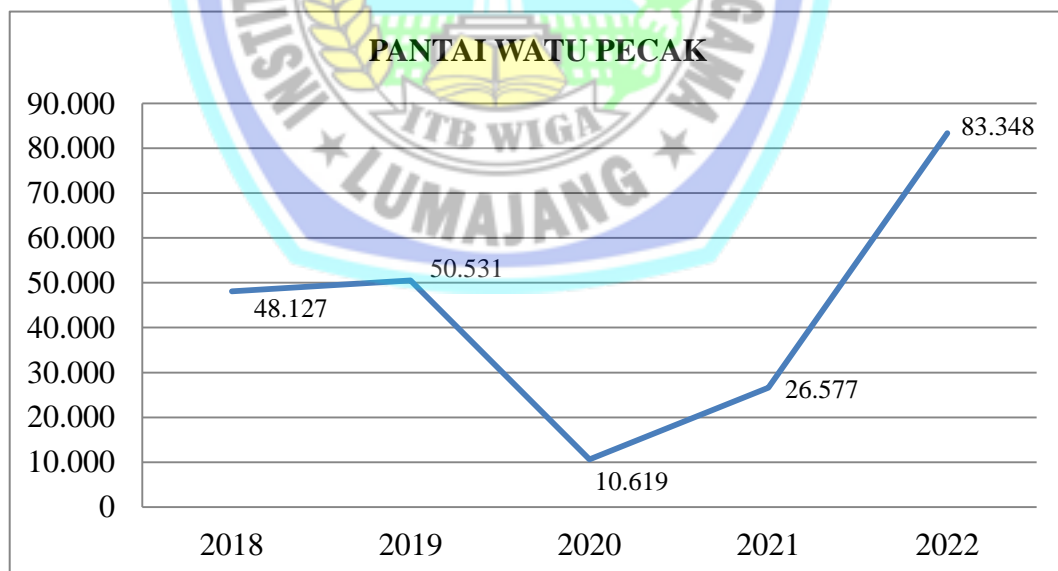
1.1 Latar Belakang

Bangsa Indonesia terkenal dengan keberagaman suku dan budayanya. Indonesia dengan segala kekayaannya, memiliki prospek terbaik di sektor pariwisata karena kapasitas sumber daya alam, keanekaragaman budaya, keanekaragaman kuliner, dan potensi sejarah yang dimiliki, yang mana bisa menjadi nilai jual bagi sektor pariwisata di Indonesia, (Irdiana *et al.*, 2021). Saat ini industri yang berkembang adalah pariwisata, salah satu tujuannya adalah untuk menghilangkan stres, kebosanan dan menciptakan kesenangan dari aktivitas sehari-hari, (Sulistiyanda *et al.*, 2022). Pariwisata sendiri adalah salah satu sektor yang menjadi penggerak pertumbuhan perekonomian suatu negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang cukup besar, industri pariwisata diharapkan dapat membantu dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, (Widjianto, 2019).

Indonesia memiliki banyak kota/kabupaten. Lumajang termasuk salah satu kabupaten dengan jumlah pariwisata yang sangat beragam, sehingga potensi wisata yang sudah ada harus tetap dilakukan perawatan dan pengembangan, (Suhadak *et al.*, 2021). Potensi wisata yang ada di Kabupaten Lumajang yaitu wisata religi, wisata alam, dan wisata budaya. Berbagai tempat wisata tersebut menjadi tujuan wisata oleh wisatawan lokal maupun daerah (Putri *et al.*, 2020). Kabupaten Lumajang secara geografis terletak 112°53' - 113°23' BT dan 7°54' - 8°23' LS, yang memiliki batasan wilayah sebagai berikut: Kabupaten Probolinggo

di sebelah utara, Kabupaten Jember di sebelah timur dan Kabupaten Malang di sebelah barat, (Anggraeni *et al.*, 2015). Kabupaten Lumajang juga berbatasan langsung dengan Samudra Hindia, jadi tidak heran jika Kabupaten Lumajang memiliki banyak wisata pantai, salah satunya adalah Pantai Watu Pecak.

Pantai Watu Pecak merupakan salah satu pantai di sepanjang Samudera Hindia yang berada Kabupaten Lumajang. Berdasarkan pendapat Putri *et al.*, (2020) Pantai Watu Pecak mempunyai keindahan surga tersembunyi yang berpadu dengan daya tarik pantai yang membuat pengunjung terkagum-kagum. Selain itu, hamparan pasir hitam yang mengelilingi bibir pantai juga berpotensi menarik lebih banyak wisatawan, terbukti dengan meningkatnya jumlah pengunjung Pantai Watu Pecak dari tahun ke tahun. Berikut adalah data wisatawan pengunjung Pantai Watu Pecak dari tahun 2018-2022:



Gambar 1.1 Data Wisatawan Pengunjung Pantai Watu Pecak
Sumber : (disparbud.lumajangkab.go.id)

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa data wisatawan pengunjung Pantai Watu Pecak pada tahun 2018 sebanyak 48.127 pengunjung, kemudian naik

di tahun 2019 menjadi 50.531 pengunjung. Pada tahun 2020 jumlah pengunjung Pantai Watu Pecak mengalami penurunan menjadi 10.618 pengunjung akibat adanya Covid 19 dimana segala aktivitas berkerumun termasuk pariwisata ditutup. Namun pada tahun 2021 Covid 19 sudah mulai membaik sehingga pengunjung Pantai Watu Pecak mengalami peningkatan menjadi 14.573 pengunjung, dan pada tahun 2022 jumlah wisatawan pengunjung Pantai Watu Pecak mencapai 83.348 pengunjung. Peningkatan angka kunjungan Pantai Watu Pecak perlu diperdalam kembali tentang faktor yang dapat menyebabkan wisatawan melakukan kunjungan ulang, sehingga jumlah wisatawan pengunjung Pantai Watu Pecak akan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Selain itu, peneliti memilih lokasi penelitian ini karena Pantai Watu Pecak adalah salah satu destinasi wisata pantai yang menjadi prioritas di Kabupaten Lumajang.

Naiknya jumlah pengunjung dapat disebabkan oleh tingkat minat berkunjung kembali suatu wisatawan. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pantai Watu Pecak minat berkunjung kembali wisatawan dapat disebabkan oleh tersedianya banyak warung makan dengan aneka makanan yang memiliki cita rasa yang baik. Selain itu wisatawan mengunjungi kembali Pantai Watu Pecak juga disebabkan oleh memori yang melekat tentang wisata Pantai Watu Pecak. Sulistyanda *et al.*, (2022) berpendapat bahwa minat kunjungan ulang adalah hasil dari suatu pengalaman positif yang diberikan di negara atau wilayah yang sama pada kunjungan sebelumnya. Hal ini diperkuat dengan pendapat Alegre dan Caldera dalam Putri dan Farida, (2020) yang mengatakan bahwa sangat penting untuk mengidentifikasi hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung

ulang sehingga dapat menciptakan kunjungan berulang ke suatu daerah tujuan wisata. Minat berkunjung ulang dapat dipengaruhi oleh citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM).

Faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang yaitu citra destinasi. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pantai Watu Pecak menunjukkan bahwa citra destinasi wisata Pantai Watu Pecak sudah cukup baik dan bagus dimata wisatawan, dengan suasana pantai yang menyenangkan terlebih saat menjelang sore hari pengunjung akan dibuat takjub dengan pesona sunset di pesisir pantai yang indah. Berdasarkan pendapat Anggara, (2022) setiap pribadi wisatawan memiliki pandangan dan kesan yang berbeda. Pandangan tersebut yang nantinya akan menciptakan sebuah memori yang melekat pada suatu objek wisata. Menurut Dasgupta (2011) dalam Elvera, (2020:23) citra destinasi merupakan suatu kepercayaan yang dibentuk dan dikembangkan oleh pengunjung atau pelanggan berdasarkan kesan yang dipilih dengan menganalisis data tentang suatu tempat dari waktu ke waktu dari berbagai sumber. Lestari *et al.*, (2022) berpendapat bahwa persepsi terhadap suatu tempat dapat mempengaruhi keinginan seseorang untuk kembali. Bisa saja muncul citra destinasi yang positif atau negatif. Wisatawan lebih tertarik untuk kembali ke suatu tempat yang *image*-nya lebih baik. Di sisi lain, wisatawan tidak akan berminat untuk kembali lagi ke suatu tempat jika reputasinya buruk.

Berdasarkan hasil penelitian Rulita *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa citra destinasi dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara signifikan disebabkan karena objek wisata tersebut dapat dipahami gagasan “wisata alam”

yang mencirikan suasana tenteram dan indah yang membuat pengunjung merasa nyaman selama berada di sana. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Mahfudhotin dan Nurfarida, (2020) bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali karena semakin baik suatu citra destinasi pada suatu wisata maka semakin baik pula kesan yang disampaikan terhadap wisatawan. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Abdurrohman dan Wibawanto, (2021) bahwa citra destinasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung ulang hal ini disebabkan karenakan objek wisata masih banyak sampah berserakan, dan bau tidak nyaman berasal dari sisa-sisa ikan yang dikumpulkan oleh nelayan sekitar.

Tidak hanya citra destinasi, minat berkunjung ulang juga dapat dipengaruhi oleh fasilitas. Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pantai Watu Pecak fasilitas yang tersedia sudah lengkap mulai dari lahan parkir yang luas, pos keamanan, kamar mandi, tempat sampah, musholla hingga kolam renang anak. Menurut Jufrizen dan Hadi, (2021) dalam Margareta *et al.*, (2023) fasilitas merupakan seluruh perlengkapan fisik perusahaan yang dimaksudkan agar dapat bertahan lama dan memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Fasilitas wisata sendiri dapat dikelompokkan ke dalam fasilitas dasar, yang memberikan pelayanan kepada konsumen secara umum misalnya seperti akomodasi, makanan, minuman, hiburan bersantai, layanan informasi, paket wisata dan infrastruktur dasar untuk pengelolaan sebuah obyek suatu wisata. Kemudian fasilitas khusus yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Fasilitas harus berkontribusi dalam memberi kemudahan bagi konsumen,

misalnya ditempatkan pada lokasi strategis, mudah dikenal dan menggunakan bahasa universal yaitu bahasa lokal maupun internasional (Ardiwidjaja, 2018). Menurut Sekartjalarini (2016) dalam Wulandari *et al.*, (2022) fasilitas wisata memainkan peran penting dalam pembentukan pariwisata karena dapat menawarkan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kebersihan bagi wisatawan. Jika pengunjung puas dengan fasilitas yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung untuk kembali lagi.

Berdasarkan penelitian Ardiansyah dan Ratnawili, (2021) fasilitas dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara signifikan karena pengelola destinasi wisata menyediakan fasilitas berkualitas tinggi untuk membangkitkan minat dan mendorong kunjungan kembali. Selaras dengan penelitian Pratiwi dan Prakosa, (2021) yang menyatakan fasilitas dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara signifikan karena fasilitas pelayanan yang baik di sebuah obyek wisata akan membuat pengunjung tidak kecewa dan merasa puas saat melakukan kunjungan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian Dalimunthe dan Purwanti, (2021) bahwa fasilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ulang karena toilet dan tempat ibadah merupakan contoh fasilitas yang patut hadir di destinasi wisata. Namun demikian, responden berpendapat bahwa fasilitas tersebut merupakan fasilitas standar, sehingga tidak menimbulkan dampak yang nyata.

Minat wisatawan untuk berkunjung kembali juga dapat dipengaruhi oleh *electronic word of mouth* (E-WOM). Berdasarkan fenomena yang terjadi *electronic word of mouth* yang tersebar merupakan postingan dari pengunjung

yang tersebar di media sosial. Dengan banyaknya *electronic word of mouth* tentang Pantai Watu Pecak, memudahkan wisatawan dalam mencari informasi terkait Pantai Watu Pecak melalui media sosial. Menurut Arrizki *et al.*, (2023) *electronic word of mouth* adalah jenis komunikasi pemasaran online yang menggabungkan testimonial dari konsumen masa lalu atau masa depan, baik yang positif maupun negatif tentang suatu produk yang dapat diakses secara luas melalui sosial media. Media sosial merupakan salah satu alternatif bagi wisatawan yang memutuskan untuk mengunjungi Pantai Watu Pecak Lumajang. Postingan yang diunggah ke media sosial memungkinkan wisatawan bereaksi, menyatakan minat, dan memutuskan untuk melakukan kunjungan ulang.

Berdasarkan penelitian Gazzally *et al.*, (2023) *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara signifikan karena manajemen obyek wisata dapat memanfaatkan teknologi *electronic word of mouth* (E-WOM) dengan baik dan menyebarkan berita yang positif kepada masyarakat atau pengunjung. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Purnama dan Marlina, (2022) bahwa *electronic word of mouth* dapat mempengaruhi minat kunjungan ulang secara signifikan hal ini dipengaruhi oleh detailnya mengenai media sosial Instagram, jika informasi terkait wisata membaik, wisatawan akan memilih untuk kembali. Berbeda dengan penelitian Riyadi dan Nurmahdi, (2022) yang menyatakan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat berkunjung ulang hal ini disebabkan penelitian tersebut dilakukan pada saat adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat

(PPKM) sehingga sebagian besar masyarakat masih takut untuk melakukan destinasi wisata.

Meskipun variabel yang diteliti telah banyak dilakukan namun penelitian ini memiliki keunikan yaitu penelitian ini dilakukan di Pantai Watu Pecak serta masih adanya perbedaan hasil penelitian (*gap research*) dari variabel yang diteliti. Sehingga berdasarkan uraian latar belakang diatas dan fenomena serta adanya perbedaan hasil penelitian (*gap research*), maka penulis merasa penting untuk melakukan studi tentang pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Pantai Watu Pecak Lumajang**”.

1.2 Batasan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti membuat suatu batasan masalah tujuannya agar terfokus dan tidak menyimpang yaitu citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) yang diambil dari persepsi para wisatawan Pantai Watu Pecak Kabupaten Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan peningkatan angka kunjungan di Pantai Watu Pecak yang perlu diperdalam kembali tentang faktor yang dapat mempengaruhi minat suatu wisatawan untuk berkunjung kembali, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang?
- b. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang?
- c. Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Watu Pecak Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat di bidang akademik maupun di bidang praktis yang diharapkan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan untuk menambah wawasan teori tentang variabel-variabel dalam menentukan minat kunjungan kembali suatu wisata seperti citra destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) sebagai pedoman referensi penelitian pada masa yang akan datang.

b. Manfaat praktis

1) Bagi pengelola wisata

Untuk meningkatkan perhatian terhadap berbagai unsur yang mempengaruhi minat wisatawan untuk kembali, maka penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan saran dan menjadi acuan pertimbangan kedepannya dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata.

2) Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kekurangan dan menghasilkan ide-ide baru di masa depan mengenai citra destinasi, amenitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat wisatawan untuk kembali. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan referensi serta menjadi inspirasi bagi para akademisi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

