

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

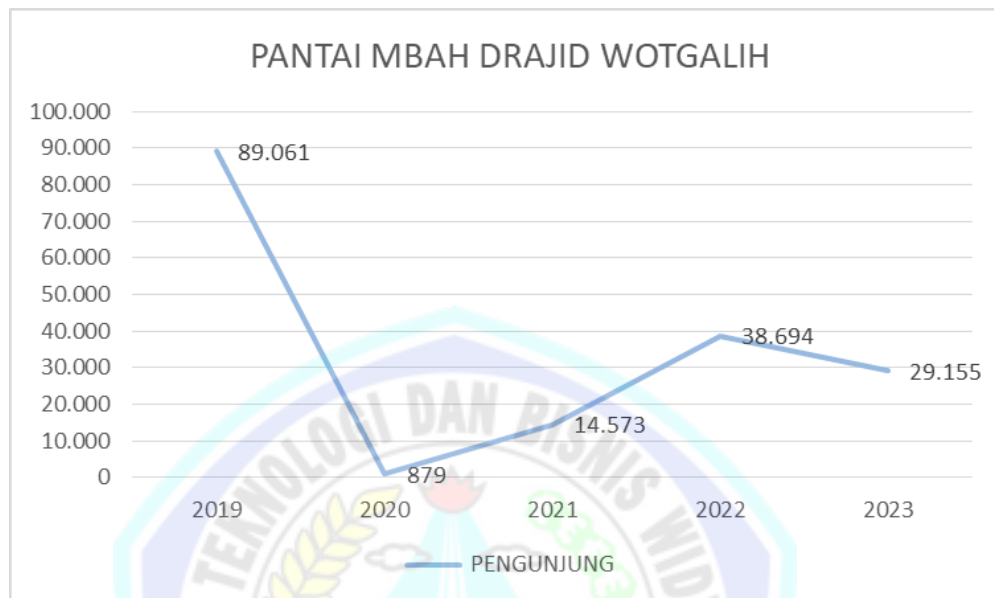
Saat ini, perkembangan pariwisata di Indonesia menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Pertumbuhan sektor pariwisata memberikan banyak manfaat, baik bagi pemerintah, masyarakat, maupun pihak swasta, karena pariwisata dianggap sebagai sektor yang menguntungkan dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi aset yang menjanjikan bagi masyarakat sekitar serta pemerintah (Lestari et al., 2022). Indonesia sendiri memiliki potensi wisata alam dan budaya yang melimpah, sehingga menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri penting yang berkontribusi terhadap penerimaan devisa negara. Berbagai destinasi wisata di Indonesia telah dikenal luas, bukan hanya di dalam negeri, tetapi juga hingga ke mancanegara. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, sektor pariwisata diharapkan dapat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian negara (Widjianto, 2019).

Pariwisata berdasarkan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Fitri Nurlestari (2016), pariwisata merupakan industri yang tidak memproduksi barang melainkan hanya memasarkan objek daya tarik wisata yang telah ada di setiap daerah menyertakan pelayanan terbaik sebagai fasilitas pengunjung kepada berbagai kelas masyarakat, industri ini membentuk komoditas dari berbagai industri lain seperti perdagangan, industri makanan, transportasi dan industri perhotelan sebagai akomodasinya.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang menjadi unggulan pemerintah untuk menambah pendapatan pemerintah. Dalam beberapa tahun terakhir kabupaten lumajang terus melakukan pengembangan dalam sektor pariwisatanya karna sektor tersebut di nilai bisa ikut menjadi pengungkit di berbagai sektor di masyarakat dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pengembangan objek wisata di Kabupaten Lumajang. Pengembangan pariwisata dapat di tempuh melaui, pengembangan jalur wisata, pengadaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata seperti hotel dan penginapan serta meningkatkaaksesibilitas dengan meningkatkan kondisi jalan dan menyediakan sarana transportasi menuju objek wisata Cahyo, (2019).

Kabupaten Lumajang memiliki potensi dalam perkembangan destinasi wisata. Di Desa Wotgalih yang berada di Kecamatan Yosowilangun, memiliki potensi sumberdaya alam berupa pantai yang sudah mulai di kembangkan secara optimal oleh pokdarwis, masyarakat dan pemerintah desa dengan baik berbagai fasilitas yang tersedia mulai sudah mulai mengalami peningkatan seperti ada jalan setapak menuju tepi pantai, lokasi untuk parkir sudah mulai luas banyak umkm atau masyarakat yang berjualan/rumah makan di tepi pantai, dan adanya lahan camping di bawah pohon cemara. Tetapi masih ada fasilitas yang belum di kembangkan hal ini terlihat dari sarana informasi dan toilet umum yang belum memadai karena terbatanya anggaran yang tersedia sehingga menghambat pembangunan fasilitas. Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih memiliki potensi lebih banyak menarik wisatawan terbukti dengan meningkatya jumlah pengunjung pantai mbah drajid

wotgalih dari tahun ke tahun. Berikut adalah data pengunjung Pantai Mbah Drajid Wotgalih dari tahun 2019-2023.



Gambar 1.1 Data Wisata Pengunjung Pantai Mbah Drajid Wotgalih

Sumber : (disparbud.lumajangkab.go.id)

Berdasarkan Gambar 1.1, tercatat jumlah pengunjung Pantai Mbah Drajid pada tahun 2019 mencapai 89.061 orang. Namun, pada tahun 2020, jumlah tersebut menurun drastis menjadi hanya 879 pengunjung. Penurunan ini terjadi akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan diberlakukannya pembatasan aktivitas, termasuk penutupan sementara sektor pariwisata dan kegiatan yang menimbulkan kerumunan. Namun pada tahun 2021 pandemi Covid 19 sudah mulai mereda sehingga pengunjung Pantai Mbah Drajid mengalami peningkatan menjadi 14,573 pengunjung dan pada tahun 2022 jumlah pengunjung Pantai Mbah Drajid mencapai 38,694 pengunjung, dan pada tahun 2023 mengalami penurunan jumlah pengunjung 29,155, hal tersebut karna kurangnya fasilitas yang sudah mulai tidak di kembangkan seperti toilet/kamar mandi yang tidak terawat,

musholla tidak terawat dan akses jalan yang sudah mulai rusak, dalam hal ini, perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung ke Pantai Mbah Drajid, sehingga diharapkan jumlah pengunjung dapat terus meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, peneliti memilih lokasi ini karena Pantai Mbah Drajid merupakan salah satu destinasi wisata prioritas yang ada di Kabupaten Lumajang.

Minat berkunjung kembali (revisit intention) diadaptasi dari konsep minat untuk kembali membeli suatu produk, sehingga dalam beberapa aspek, minat berkunjung ini dapat disamakan dengan minat beli. Minat sendiri merupakan dorongan yang memotivasi seseorang untuk melakukan suatu tindakan (Pujiyati & Sukaatmadji, 2019 dalam Z. Pratiwi & Prakosa, 2021). Revisit intention diartikan sebagai keinginan seseorang untuk mengulangi kunjungan ke suatu destinasi. Selain itu, minat berkunjung kembali juga dapat dipahami sebagai bentuk perilaku yang muncul berdasarkan pengalaman kunjungan sebelumnya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh destinasi tersebut. Hal ini di perkuat dengan hasil penelitian, (Mulyati & Afrinata, 2018), yang mengatakan bahwa kepuasan yang dirasakan pengunjung akan mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali. (Z. Pratiwi & Prakosa, 2021) berpendapat bahwa Minat berkunjung kembali yaitu keinginan berkunjung ke tempat tersebut dengan pengalaman pribadi/sudah pernah berkunjung sebelumnya, berwisata berdasarkan informasi yang di dapat dari media masa dan kunjungan wisata berdasarkan cerita,dari teman dan keluarga. Minat berkunjung kembali dapat di pengaruhi oleh Citra destinasi, Fasilitas, dan *Electronic word of mouth* (E-WOM).

Sementara itu berdasarkan teori yang di kemukakan oleh (Endrawan, 2024) citra destinasi dapat diartikan sebagai upaya pemasaran yang bertujuan membangun dan menyebarkan citra positif suatu daerah tujuan wisata, dengan tujuan untuk memengaruhi keputusan konsumen agar tertarik mengunjungi destinasi tersebut. Berdasarkan pendapat (Fatimah, 2019) citra destinasi diartikan sebagai persepsi seseorang terhadap karakteristik suatu destinasi, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti informasi, promosi, media massa, dan faktor lainnya.

Sementara itu fenomena yang berada di Pantai Mbah Drajid Wotgalih menunjukkan bahwa citra destinasi Pantai Mbah Drajid sudah cukup baik dan bagus di mata wisatawan, dengan suasana pantai yang menenangkan dan saat menjelang sore hari banyak wisatawan yang di buat takjub dengan sunset yang merah ke kuning kuning di pesisir pantai yang indah. Lestari *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang para wisatawan.

Berdasarkan hasil penelitian, (Anggara, 2022) menunjukkan bahwa citra destinasi dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali secara signifikan. Citra destinasi meliputi image persepsi atau pandangan seorang individu baik dan buruk untuk mempengaruhi keinginan wisatawan yang memperngaruhi signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dari hasil penelitian (Cahyani *et al.*, 2024) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Hal yang sama di temukan dalam penelitian Makawoka *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat

berkung kembali hal ini berarti semakin meningkat citra destinasi maka minat berkunjung kembali akan semakin meningkat. Dalam penelitian Mansur *et al.*, (2019) citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Sulistyanda *et al.*, (2022) Bahwa citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali tidak berpengaruh signifikan.

Selain itu berdasarkan teori Tjiptono., (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang wajib tersedia sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Dalam kegiatan pariwisata, fasilitas menjadi salah satu faktor penting yang mendukung kelancaran aktivitas wisata. Tersedianya fasilitas yang memadai memungkinkan kegiatan pariwisata berjalan dengan baik, serta mendorong pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata itu sendiri. Menurut (Rahmat Fajrin *et al.*, 2021) fasilitas merupakan bentuk sarana fisik yang berfungsi untuk meningkatkan nilai suatu produk atau layanan jasa. Dalam konteks fasilitas layanan jasa, terdapat beberapa aspek penting yang harus diperhatikan, antara lain kebersihan, kerapian fasilitas, kondisi dan fungsinya, kemudahan dalam penggunaan, serta kelengkapan perlengkapan yang disediakan.

Selain itu berdasarkan fenomena yang ada di Pantai Mbah Drajid Wotgalih menunjukkan bahwa pada tahun 2023 menurunnya jumlah pengunjung disebabkan oleh fasilitas seperti toilet yang kurang terawat, spot foto banyak yang rusak, akses jalan setapak rusak dan tidak terawat, kurangnya tempat sampah dll. Fenomena inilah yang nantinya peneliti alami untuk melihat bagaimana pengaruh fasilitas di Pantai Mbah Drajid Wotgalih terhadap minat berkunjung kembali. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Syarifuddin &

Priyanto, 2020) disebutkan bahwa fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan akan memberikan rasa puas serta menciptakan kesan positif. Pada akhirnya, hal ini dapat mendorong munculnya minat untuk kembali berkunjung ke destinasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian (Irine Eka Buana Dewil, 2022) fasilitas dapat berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali hal ini karna pengelola destinasi wisata menyediakan fasilitas yang cukup lengkap untuk kebutuhan wisatawan. Hal ini selaras dengan hasil penelitian (Dwi *et al.*, 2023) yang menyatakan fasilitas dapat mempengaruhi signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, fasilitas yang ada pada suatu destinasi wisata harus mampu memunculkan kepuasan sendiri bagi wisatawan. Hal yang sama dalam penelitian (Aisyah *et al.*, 2024) dalam penelitiannya yang menyatakan fasilitas dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. ziyan *et al.*, (2024) fasilitas memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Dari sisi fasilitas, pengelola perlu lebih memperhatikan aspek kebersihan sarana yang disediakan. Kebersihan fasilitas ini sangat memengaruhi tingkat kenyamanan pengunjung selama berada di lokasi. Tetapi Bertolak belakang dengan penelitian (Dalimunthe & Purwanti, 2021) yang menyatakan fasilitas tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali, fasilitas yang tersedia memang selayaknya harus ada di tempat wisata seperti, kamar mandi, dan tempat ibadah ternyata menjadi fasilitas yang biasa bagi responden sehingga memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

Fasilitas tersebut memang selaknya harus ada dalam mendukung aktifitas selama berwisata.

Dalam buku Priansi., (2017:351) *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) merupakan fenomena baru dalam dunia komunikasi, khususnya di bidang komunikasi pemasaran. Saat ini, setiap individu dapat saling berbagi informasi maupun pengalaman, baik yang bersifat positif maupun negatif, terkait suatu produk atau layanan yang pernah dialami sendiri atau oleh orang lain, melalui media online. Menurut (Muis *et al.*, 2020) (E-WOM) dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk membeli suatu produk, misalnya menarik pengunjung ke wisata tertentu, E- WOM mempromosikan objek wisata tertentu dengan lebih efektif menggambarkan citra positif dan tujuan wisata dan pendapat pengunjung sebelumnya tentang tujuan wisata.

Berdasarkan fenomena di Pantai Mbah Drajid Wotgalih *electronic word of mouth* merupakan ungkapan pengunjung yang di posting dalam media sosial. Dengan banyaknya *Electronic word of mouth* tentang Pantai Mbah Drajid Wotgalih maka akan memudahkan wisatawan untuk mencari informasi Pantai Mbah Drajid. (Harisstha *et al.*, 2024) E-WOM merupakan tempat yang sangat penting dan berguna bagi wisatawan untuk dapat membagikan pendapatnya lebih efektif di bandingan WOM, karena E-WOM menggunakan internet yang akan menjangkau konsumen lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian (Rosi *et al.*, 2024) *electronic word of mouth* (e-wom) berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali. (E-WOM) dapat memberikan informasi kepada masyarakat luas. Dalam penelitian

Gazzally *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Hasil yang sama dalam penelitian (Utama & Giantari, 2020) *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Semakin baik informasi yang disampaikan melalui media elektronik atau online, semakin besar pula keinginan pengunjung untuk kembali mendatangi destinasi tersebut. Dalam penelitian (Ratna *et al.*, 2024) *Electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Tetapi bertolak belakang dengan hasil penelitian (Ahmad *et al.*, 2024) *Electronic word of mouth* (E-WOM) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, menunjukkan bahwa (E-WOM) belum efektif dalam meningkatkan niat seseorang untuk mengunjungi kembali tempat tersebut.

Alasan peneliti tertarik melakukan topik penelitian di Pantai Mbah Drajid Wotgalih yaitu karena melihat adanya masalah yang relevan di lapangan berdasarkan observasi awal/latar belakang yang saya susun masalah ini berdampak pada minat berkunjung kembali pengunjung sehingga saya merasa penting untuk mengkaji dan mencari solusi yang tepat. Meskipun penelitian terkait variabel-variabel ini sudah banyak dilakukan, penelitian ini memiliki keunikan tersendiri karena dilaksanakan di Pantai Mbah Drajid, Desa Wotgalih. Selain itu, adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya (gap research) juga menjadi salah satu alasan penting dilakukannya penelitian ini. Berdasarkan latar belakang, fenomena, serta adanya perbedaan temuan dalam penelitian terdahulu, penulis merasa perlu untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh citra

destinasi, fasilitas, dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Mbah Drajid. 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 Mbah Drajid Desa Wotgalih Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang”**

1.2 Batasan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti menetapkan batasan masalah agar penelitian ini tetap terarah dan tidak melebar. Batasan masalah difokuskan pada citra destinasi, fasilitas, serta *electronic word of mouth* (E-WOM) yang diukur dari persepsi wisatawan Pantai Mbah Drajid, yang berlokasi di Desa Wotgalih, Kecamatan Yosowilangun, Kabupaten Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Mbah Drajid, diperlukan kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a) Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid, Desa Wotgalih?
- b) Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid, Desa Wotgalih?
- c) Bagaimana pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid, Desa Wotgalih?

- d) Apakah citra destinasi, fasilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid, Desa Wotgalih?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih.
- b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih.
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih.
- d) Untuk mengetahui pengaruh simultan antara citra destinasi, fasilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Mbah Drajid Desa Wotgalih.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, baik di bidang akademis maupun praktis, adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan referensi dan penelitian pada bidang pemasaran pariwisata khususnya pengaruh citra destinasi, fasilitas dan

electronic word of mouth (E-WOM) sebagai strategi pemasaran pariwisata untuk mengetahui minat berkunjung kembali.

b) Manfaat praktis

1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat mampu memberikan wawasan dan refrensi serta inspirasi kepada pihak lain yang ingin melakukan penelitian di bidang pemasaran pariwisata khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi Pengelola wisata

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan saran serta menjadi acuan pertimbangan dalam pengelolaan dan pengembangan wisata ke depannya. Dengan demikian, berbagai faktor yang memengaruhi minat wisatawan untuk kembali berkunjung dapat lebih diperhatikan, sehingga di masa mendatang wisatawan akan semakin tertarik untuk datang kembali.