

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya destinasi pariwisata merupakan salah satu bagian dari pembangunan kepariwisataan di Indonesia yang menjadi faktor penting dalam peningkatan ekonomi Indonesia saat ini. Pembangunan kepariwisataan akan meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Pemerintah berencana menjadikan sektor pariwisata sebagai andalan perolehan devisa (Biro Hukum dan Komunikasi Publik, 2015). Untuk mendukung hal ini, Kementerian Pariwisata menjalankan program *Wonderful Indonesia Culinary Shopping Festival 2016* untuk menggenjot target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada 2019 (Budhiana, 2016).

Pariwisata bagi Indonesia merupakan salah satu sektor penting di Indonesia. Industri kepariwisataan di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian nasional yang potensial untuk memacu pertumbuhan perekonomian yang lebih tinggi di masa yang akan datang (Putra, Kumadji, dan Hidayat, 2015). Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa negara non-migas yang sangat potensial dan mempunyai andil besar dalam membangun perekonomian negara. Menurut Rizal Ramli selaku Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan

Sumber Daya tahun 2015, pariwisata merupakan sektor yang paling potensial mendatangkan devisa dan paling mudah menciptakan lapangan kerja (Biro Hukum dan Komunikasi Publik, 2015). Penting bagi pemerintah untuk memberi perhatian pada pariwisata. Pengembangan pariwisata yang baik akan dapat menarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Pariwisata merupakan aset bagi Negara Indonesia. Ada banyak jenis pariwisata yang dapat dikelola, mulai dari wisata alam, budaya, kesenian, kuliner, sampai dengan objek wisata buatan seperti taman wisata dan wisata tirta. Pariwisata yang dikelola dengan baik dapat dijadikan penopang perekonomian serta menyerap tenaga kerja yang berarti bahwa sumber daya alam dan sumber daya manusia dapat dimanfaatkan secara optimal.

Sekarang ini Sumatera Barat telah menjadi salah satu tujuan favorit para wisatawan dalam menikmati liburan mereka. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para turis adalah Bali, DKI Jakarta, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten, dan Sumatera Barat (Priyambodo, 2011). Dengan banyaknya destinasi wisata di Sumatera Barat, diharapkan pemerintah mampu memanfaatkannya untuk mengembangkan produk wisata dan meningkatkan citra destinasi serta memberikan pengalaman (*experience*) kepada wisatawan sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat di masa sekarang dan di masa yang akan datang. Berikut ini data tentang kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat dalam beberapa

tahun terakhir yang dicatat oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumatera Barat:

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Sumatera Barat Tahun 2010 – 2014

Wisatawan	Satuan	Tahun				
		2010	2011	2012	2013	2014
M mancanegara	Orang	30.390	34.572	36.623	48.710	56.111
Nusantara	Orang	4.575.601	5.106.321	5.850.321	6.261.363	6.603.738

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumbar (2014)

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan dari mancanegara dan nusantara dari tahun 2010 sampai tahun 2014. Wisatawan mancanegara yang datang pada tahun 2010 adalah sebanyak 30.390 orang. Kemudian pada tahun 2011 sebanyak 34.572 orang, tahun 2012 sebanyak 36.623 orang, tahun 2013 sebanyak 48.710 orang, dan tahun 2014 sebanyak 56.111 orang wisatawan mancanegara. Hal ini menjelaskan bahwa terjadi peningkatan kunjungan dari wisatawan mancanegara tiap tahunnya dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014. Pada wisatawan nusantara, yang datang pada tahun 2010 adalah sebanyak 4.575.601 orang. Kemudian pada tahun 2011 sebanyak 5.106.321 orang, tahun 2012 sebanyak 5.850.321 orang, tahun 2013 sebanyak 6.261.363 orang, dan tahun 2014 sebanyak 6.603.738 orang wisatawan nusantara. Hal ini menjelaskan bahwa terjadi peningkatan kunjungan dari wisatawan nusantara tiap tahunnya dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014. Peningkatan kunjungan pada wisatawan mancanegara dan nusantara ini menandakan bahwa niat atau minat wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat terus meningkat tiap tahunnya. Peningkatan ini tentunya menjadi hal yang positif dan diharapkan kepada Pemerintah Sumatera

Barat untuk mampu memanfaatkan keadaan ini. Pemerintah perlu memperhatikan kualitas produk wisata dari tempat wisata. Produk wisata tersebut berupa fasilitas utama sebagai daya tarik, fasilitas pendukung, maupun sarana transportasi. Kemudian pemerintah perlu memperhatikan citra dari destinasi wisata. Produk wisata yang baik akan menciptakan citra yang baik dari destinasi wisata. Selain dengan produk wisata, citra yang baik juga dapat ditampilkan melalui pelayanan yang baik dari penyedia destinasi wisata. Selain itu, destinasi wisata di Sumatera Barat diharapkan mampu memberikan pengalaman berharga sehingga menjadi nilai tambah di mata wisatawan.

Salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata adalah Kota Padang Panjang. Kota yang dijuluki sebagai Kota Serambi Mekkah ini merupakan kota yang berada pada jalur silang dan terhubung dengan jalur lintas Sumatera sehingga menjadikan kota ini berada pada posisi yang cukup strategis karena terletak pada lintasan regional antara Kota Padang dengan Kota Bukittinggi, juga dengan Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Solok, dan Kota Solok (Budi, 2016). Namun demikian, letak strategis dari Kota Padang Panjang ini tidaklah menjadikan Padang Panjang sebagai kota tujuan utama pariwisata. Hal ini disebabkan karena status kota wisata disandang oleh Kota Bukittinggi. Untuk itu diperlukan keputusan yang strategis dari elemen yang ada di Kota Padang Panjang untuk dapat bersaing dan mampu menarik wisatawan sebanyak-banyaknya. Selain itu, diharapkan juga agar wisatawan dapat berkunjung secara berulang ke Kota Padang Panjang.

Dalam menghadapi fenomena ini, Pemerintah Kota Padang Panjang telah menyusun komitmen untuk menjadikan Padang Panjang sebagai destinasi pariwisata dengan cara menyiapkan dan membenahi objek wisata yang ada (Tim, 2016). Beberapa objek wisata yang dimaksud seperti pendirian Pasar Kuliner sebagai objek untuk wisata kuliner, pengembangan Minangkabau *Village* dan Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) sebagai wisata kebudayaan, renovasi gelanggang pacuan kuda Bancah Laweh, renovasi Pemandian Lubuk Mata Kucing sebagai objek wisata olahraga air, pengembangan objek wisata Mifan (Minang Fantasi) Water Park sebagai kawasan bermain, rekreasi, dan berkumpul bersama teman dan keluarga, serta pengembangan dan pembenahan pada objek wisata lainnya. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang Panjang.

Salah satu objek wisata yang berpotensi untuk dikunjungi oleh wisatawan adalah Mifan Water Park (Tim, 2016). Minang Fantasi atau biasa disingkat Mifan terletak di Kelurahan Silaing Bawah yang merupakan kelurahan paling selatan di Kota Padang Panjang. Mifan adalah taman bermain meliputi sedikitnya 18 wahana permainan *water park* dan *dry park*. Menempati lokasi di kawasan Minangkabau *Village*, Mifan berada dalam satu kompleks dengan Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM). Mifan mulai dibangun pada pertengahan 2006 di atas lahan seluas 9,8 hektare dan mulai dibuka untuk umum pada Juli 2008. Lokasi Mifan sangat alami dan hijau karena terletak di antara pegunungan Bukit Barisan. Di dalam lokasi Mifan terdapat perkampungan Minangkabau yang dijadikan sebagai *resort* ataupun tempat

menginap para wisatawan. Berbeda dengan objek wisata air lainnya yang menunjukkan sisi modern, Mifan hadir dengan konsep tradisional yang benar-benar membuat tempat ini berbeda dan unik.

Namun demikian, Mifan Water Park dinilai masih perlu memberikan citra yang lebih baik agar wisatawan semakin mengenal Mifan Water Park dan semakin sering berkunjung ke Mifan Water Park. Citra yang baik diperlukan karena melalui citra yang baik, suatu objek wisata akan dipandang baik dan dipersepsikan secara baik oleh wisatawan yang berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk berkunjung ke lokasi wisata. Kemudian pengembangan dari produk-produk wisata yang ada di Mifan Water Park masih perlu ditingkatkan. Sejalan dengan citra destinasi, produk wisata yang baik juga menjadi acuan dari wisatawan dalam mengambil keputusan untuk berkunjung ulang di kemudian hari. Dalam penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa produk wisata mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra destinasi dan seterusnya ke keputusan berkunjung ke destinasi wisata (Zakia, Farida, dan Widiartanto, 2014). Untuk itu diharapkan kepada Mifan Water Park agar dapat dipandang baik dan unik sehingga menjadi *icon* dari wisata Kota Padang Panjang untuk bersaing dengan daerah wisata lainnya.

Pihak pengelola Mifan Water Park diharapkan dapat menciptakan rencana-rencana strategis yang dapat bersaing dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang akan terjadi serta sesuai dengan tujuan organisasi. Pihak pengelola diharapkan dapat memberikan produk wisata dengan kualitas terbaik kepada pengunjung objek wisata. Selain produk wisata yg baik, pihak pengelola perlu

memberikan pemasaran pengalaman (*experiential marketing*) kepada wisatawan yang berkunjung. Pengalaman yang didapat oleh pengunjung akan berpengaruh terhadap persepsinya dan niat dari pengunjung untuk berkunjung kembali di masa yang akan datang. Jika produk wisata sudah mendapat nilai yang baik bagi wisatawan, maka citra dari destinasi akan dipandang baik dan *experiential marketing* dari objek wisata dapat diterima dengan baik oleh wisatawan tersebut sehingga akan berpengaruh kepada niat wisatawan untuk kembali melakukan kunjungan ke objek wisata Mifan Water Park di masa mendatang.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat tema ini sebagai objek penelitian dengan judul : ***“Pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata, Dan Experiential Marketing Terhadap Intensi Berkunjung Kembali Wisatawan (Studi pada Pengunjung Mifan Water Park Padang Panjang)”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang?
2. Bagaimana pengaruh produk wisata terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang?
3. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang.
2. Untuk menganalisis pengaruh produk wisata terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang.
3. Untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan Mifan Water Park Padang Panjang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat untuk perluasan pemahaman tentang pengaruh citra destinasi, produk wisata, dan *experiential marketing* terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan ke Mifan Water Park, Padang Panjang.

2. Manfaat Empiris

- Pemerintah khususnya Kementerian Pariwisata sebagai bahan pertimbangan dalam membuat peraturan atau undang-undang.
- Bagi pengelola Mifan Water Park yaitu bisa dijadikan sebagai bahan acuan untuk lebih bisa mengembangkan dan mengelola Mifan Water Park agar lebih bisa meningkatkan kualitas layanan demi menunjang daya tarik di mata wisatawan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada pengunjung objek wisata Mifan Water Park Padang Panjang, dan hanya meneliti tentang pengaruh Citra Destinasi, Produk Wisata, dan *Experiential Marketing* terhadap Intensi Berkunjung Kembali.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan, manfaat dan ruang lingkup serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang hasil proses penyebaran kuisisioner penelitian, deskriptif umum responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

