

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini sektor pariwisata dianggap sebagai sektor yang sangat menjanjikan. Banyak negara di dunia ini yang bergantung pada sektor pariwisata dan mengembangkan pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara, begitupun bagi negara Indonesia.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Th. 2009 Tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Duran (2013: 926) menekankan bahwa pariwisata memiliki berbagai dampak sosial dan budaya. Menurut Albayrak *et al.*, (2013: 20) pentingnya sektor pariwisata meningkat dari hari ke hari. Pariwisata ini sangat bermanfaat bagi seorang wisatawan yang sedang mencari hal-hal baru selain dari rutinitasnya sehari-hari. Oleh karena itu peminat yang memanfaatkan sektor pariwisata terus meningkat dari hari kehari.

Indonesia terdiri dari beragam suku bangsa yang memiliki keunikan tersendiri dari setiap daerah yang ada, terutama dari sektor alamnya. Wisata alam dapat membentuk sebuah image suatu daerah yang dijadikan sebagai alat promosi pariwisata dalam mempengaruhi minat seseorang untuk berkunjung ke daerah tersebut. Wisata

alam diperkirakan dapat mempengaruhi minat berkunjung untuk mendatangkan manfaat ekonomi. Pengunjung yang kita maksud disini adalah orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan liburan dan menikmati indahnya alam yang ada di daerah yang dikunjunginya.

Menurut Saraniemi *et al.*, (2011) sebuah tujuan wisata bisa diartikan dengan berbagai macam cara dan berbagai tingkat sebutan secara teratur diterapkan untuk bangsa, meskipun mengaburkan ketidak seimbangan dalam penyaluran pengunjung. Suatu tempat yang dipilih oleh seseorang sebagai tempat tujuan wisata merupakan tempat yang mampu memberikan suasana yang berbeda dari yang ia rasakan sehari-hari.

Keinginan seseorang untuk merasakan hal yang baru dari rutinitas biasa yang membosankan adalah dengan berwisata yang tujuan untuk menenangkan pikiran (*refresing*), menghibur diri, melepas lelah, dan melihat suatu yang beda dari biasanya seperti keindahan alam. Keinginan-keinginan tersebut dapat diwujudkan dengan melakukan tujuan wisata kesuatu tempat. Namun, sebelum mewujudkan keinginan tersebut terlebih dahulu harus ada gambaran atau perencanaan suatu tempat yang akan dikunjungi. Gambaran tersebut sering dikenal dengan *Destination Image* (gambaran tujuan).

Definisi yang paling sering dikutip dari *destination image* oleh Crompton (1979: 18) "jumlah keyakinan, gagasan dan kesan bahwa seseorang memiliki tujuan". Dalam konteks ini, istilah gambar digunakan untuk mewakili penyederhanaan sejumlah besar asosiasi dan potongan informasi yang berhubungan dengan suatu tempat (Hari *et al.*, 2002: 178). Maksudnya, sebelum suatu tindakan dilakukan atau

sebelum melakukan kunjungan wisata, seseorang tersebut harus memiliki gambaran tentang tempat wisata yang menjadi tujuan wisatanya.

Pesona alam Indonesia sangat banyak menarik hati para wisatawan asing untuk memilih lokasi atau tempat wisata di Indonesia. Salah satu tempat yang menjadi daya tarik besar bagi wisatawan adalah pesona laut, gunung maupun danau-danau yang ada diberbagai daerah di Indonesia. Provinsi Sumatera Barat saja misalnya yang memiliki banyak sekali tempat wisata yang dapat dijadikan tujuan liburan, diantaranya: Pantai Padang di daerah Padang, Jam Gadang di daerah Bukittinggi, Istana Basa Pagaruyung di daerah Tanah Datar, pemandian Telabang Sakti di daerah kamang baru, Danau Kembar di daerah Solok, Danau Biru didaerah Sawahlunto, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Pada saat ini yang masih banyak diminati oleh pengunjung adalah pesona Danau Biru di daerah Sawahlunto. Kota Sawahlunto sendiri merupakan salah satu kota yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak. Hingga bulan Juni 2016 terhitung jumlah penduduk sebanyak 63560 jiwa (<http://www.jinderapura.blogspot.co.id/2017/03/angka-penduduk-kota-sawahlunto-63560.html?m=1>).

Tempat tujuan wisata di Kota Sawahlunto ini cukup banyak yang dapat dijadikan sebagai tempat tujuan wisata, tidak hanya Danau Biru saja, tetapi juga ada Taman Satwa Kandi, Kebun Buah Talowi, ataupun Puncak Cemara. Namun yang lebih menarik bagi wisatawan atau pengunjung adalah pesona dari Danau Biru. Warnanya yang biru menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menjadikannya sebagai salah satu tempat tujuan berpariwisata.

Danau Biru terletak di daerah Perambahan, kota Sawahlunto dan berada dalam proyek tambang batu bara. Danau Biru ini merupakan pegunungan bekas galian pertambangan batu bara. Kubangannya kemudian terisi air hujan yang ajaibnya malah terlihat seperti danau alami dengan air birunya. Warna biru dari danau tersebut dikeluarkan dari bekas batu bara pertambangan mineral, karena airnya yang berwarna biru ini membuat danau Biru menjadi menarik untuk dijadikan objek wisata.

Objek wisata Danau Biru Sawahlunto baru dibuka sejak awal tahun 2016 sampai sekarang (http://www.kompasiana.com/d3551/wisata-sumbar-danau-biru-keindahan-yang-belum-terjamah_58ec85c6749773ff3a7df9e7). Pembukaan objek wisata ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang meng-upload foto –foto didanau biru ini kedia sosial. Untuk mencapai danau ini pengunjung harus menempuh jarak sekitar 13 Km dari pusat Kota Sawahlunto. Jika dari Padang menuju Danau Biru ini pengunjung harus menempuh jarak sekitar 102,4 Km atau sekitar 3 jam 7 menit lewat Jl. Raya Padang-Solok (Google Maps).

Akses jalan menuju titik ini masih belum mulus dan banyak kerikil-kerikil disepanjang jalan dikarenakan masih banyak mobil angkutan hasil tambang yang melewati jalan tersebut. Namun, karena pengunjung yang datang terus bertambah, pemerintah setempat berjanji akan segera memperbaiki sarana dan prasarana agar wisatawan bisa liburan dengan nyaman. Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan dan wawancara dengan salah satu pengelola objek wisata Danau Biru ini jumlah pengunjung dalam satu hari bisa berkisar antara 50 – 150 orang perhari atau sekitar 54.000 orang pengunjung dalam satu tahun.

Selama adanya objek wisata Danau Biru ini, begitu banyak manfaat yang dapat dirasakan bagi masyarakat sekitar, terutama dalam perekonomian masyarakat objek wisata ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pendapatan karena dengan adanya objek wisata Danau Biru ini masyarakat bisa membuka usaha yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung, misalnya menjual makanan dan minuman, membuka lahan parkir, atau wahana permainan untuk anak-anak seperti perahu air.

Seorang wisatawan yang melakukan tujuan wisata harus memiliki niat, tingkah laku, sikap, dan sopan santun yang baik dalam melakukan tujuan wisatanya. Menurut (Chen *et al.*, 2007; Chi *et al.*, 2008) menjelaskan bahwa niat perilaku itu sendiri bertujuan untuk meninjau kembali tujuan telah menjadi tema yang konsisten dalam literatur pariwisata (Kaplanidou *et al.*, 2010:164).

Attitude adalah kelompok keyakinan dan jumlah mereka mungkin tak terukur (Blarney *et al.*, 1997). Artinya, *Attitude* merupakan gambaran kepribadian seseorang yang tidak bisa diukur atau dinilai hanya dengan melihat orangnya saja, tetapi dapat dilihat dari cara orang tersebut memosisikan dirinya dimanapun ia berada. Begitupun dengan tujuan wisata, seseorang yang memiliki sikap yang baik akan memberlakukan tempat tujuan wisatanya dengan baik, seperti menjaga tempat wisata.

Selain wisatawan yang harus menjaga *Attitude* nya, pemilik tempat wisata atau pengelola tempat objek wisata juga harus memiliki *Attitude* yang baik terhadap pengunjungnya. *Attitude* merupakan suatu istilah lain yang sering digunakan seseorang dalam menilai kepribadian orang lain.

Menurut (Cunningham *et al.*, 2003) *Attitude* adalah sikap terhadap acara diukur dengan empat pasang tujuh titik skala semantik berbeda (tidak menyenangkan,

menyenangkan, membosankan, menarik, kusam, menghibur, tidak berharga dan berharga) dalam jurnal (Kaplanidou *et al.*, 2010:169).

Menurut (Albarracin *et al.*, 2005) *Attitude* terbentuk melalui pengalaman langsung dengan entitas atau paparan pengetahuan dan pesan yang dapat mengubah keyakinan yang ada terkait dengan struktur sikap tertentu. Berkaitan dengan penerapan pariwisata, *Attitude* dapat meningkatkan pemasaran untuk mempengaruhi seseorang untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut (Kaplanidou *et al.*, 2010:165). Suatu tempat yang menjadi tempat wisata dapat dijadikan salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran, maka dari pengelolanya sendiri harus mampu memiliki *Attitude* yang baik. *Attitude* yang baik dapat menentukan kenaikan dari tingkat kepuasan pengunjung atau dikenal juga dengan *Satisfaction*.

Menurut (Wicks *et al.*, 2009) *Satisfaction* berarti menyediakan barang dan jasa yang menciptakan tingkat nilai spesifik yang dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan tetap bergerak positif terhadap organisasi penyedia barang dan jasa tersebut (Carol *et al.*, 2015: 170-171). *Satisfaction* dapat juga didefinisikan sebagai tingkat pengalaman individu yang mempunyai perasaan positif (Rust *et al.*, 1994).

Pentingnya tingkat kepuasan pengunjung dalam melakukan tujuan wisatanya sangat mempengaruhi perkembangan dari tempat wisata itu sendiri. Jika pengunjung atau wisatawan percaya bahwa kinerja layanan lebih baik dari apa yang mereka harapkan, maka mereka akan merasa puas. Dengan kata lain, jika orang menemukan bahwa kinerja yang dirasakan dari layanan kurang dari harapannya, maka orang akan menilai negatif terhadap tujuan wisata tersebut. Oleh karena itu, tampaknya bahwa *Satisfaction* merupakan reaksi afektif keseluruhan karena menggunakan produk atau

jasa (Oliver, 1980). Dengan kata lain tingkat kepuasan pengunjung merupakan kunci dari perkembangan suatu tempat tujuan wisata.

Satisfaction merupakan faktor utama yang mempengaruhi kemajuan dan perkembangan dari suatu objek wisata. Kepuasan pengunjung untuk mengunjungi objek wisata danau biru dapat dipenuhi apabila pengelolaan tempat yang baik, suasana alam yang selalu indah dan yang paling utama adalah sikap atau tingkah laku selama berada dalam objek wisata tersebut, baik dari sikap pengelola melayani pengunjung maupun pengunjung terhadap pengelola dan lingkungan sekitar objek wisata danau biru. Mengingat pentingnya *Attitude*, *Destination Image* dan *Satisfaction* dalam mengunjungi suatu objek wisata maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Satisfaction*, *Destination Image*, yang dimediasi oleh *Attitude* terhadap *Revisit Intention* pada Danau Biru *Tourism* Kota Sawahlunto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*?
2. Bagaimana pengaruh *Destination Image* terhadap *Attitude*?
3. Bagaimana pengaruh *satisfaction* yang dimediasi oleh *Attitude* terhadap *Revisit Intention*?
4. Bagaimana pengaruh *Attitude* terhadap *Revisit Intention*?
5. Bagaimana pengaruh *Satisfaction* terhadap *Attitude*?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Revisit Intention*.
2. Menganalisis pengaruh *Destination Image* terhadap *Attitude*.
3. Menganalisis pengaruh *Satisfaction* yang dimediasi oleh *Attitude* terhadap *Revisit Intention*.
4. Menganalisis pengaruh *Attitude* terhadap *Revisit Intention*.
5. Menganalisis pengaruh *Satisfaction* terhadap *Attitude*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan kontribusi tentang pentingnya mengetahui keterkaitan antara *Satisfaction*, *Destinasi Image* dan *Attitude Toward* terhadap Intensi Mengunjungi Kembali (*Revisit Intention*).

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat/Kabupaten/Kota Sawahlunto dan pihak pengelola objek wisata dalam mengembangkan wisata alam sebagai alat promosi dan juga dapat menjadi pedoman bagi masyarakat agar sadar terhadap pariwisata sehingga dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata Danau Biru Sawahlunto.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Literatur

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data, dan pengujian hipotesis.

Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini merupakan isi pokok dari penelitian yang berisi deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian berikutnya.

