

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariswisata merupakan salah satu sektor industri yang dapat diandalkan terutama sebagai penghasil devisa negara dan juga sebagai sumber pendapatan bagi Indonesia. Pariwisata juga menjadi industri yang berkembang dengan sangat cepat saat ini didunia terkhususnya di Indonesia dimana hal tersebut dibuktikan dengan sudah banyaknya tujuan-tujuan wisata yang tersebar di berbagai daerah Indonesia tiap tahunnya. Menurut Sano, (2014), industri pariwisata merupakan salah satu industri yang paling penting disektor jasa, dibandingkan dengan manufaktur, karakteristik yang paling penting dari layanan yang tidak berwujud. Selain itu, pariwisata akan menjadi sektor yang akan mampu berkontribusi besar bagi negara melalui devisa yang dihasilkan. Maka dari itu, sektor ini haruslah dikembangkan dan dikelola dengan baik. Pariwisata didefinisikan sebagai salah satu sektor ekonomi yang paling penting, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan suatu negara menurut salah satu penelitian dari Khuong & Phuong, (2017).

Sumatera Barat merupakan termasuk salah satu provinsi yang berada di Indonesia. Ada begitu banyak objek wisata yang terdapat disana, mulai dari pantai nan indah, gua, danau, pemandian alami, pegunungan, perbukitan, wisata peninggalan sejarah, wisata kuliner, dan lain sebagainya. Sumatera Barat termasuk salah satu tujuan pariwisata di Indonesia yang memiliki banyak objek wisata, baik wisata alam maupun wisata buatan yang tersebar di 19 Kabupaten

atau Kota. Pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Lima Puluh Kota tercatat meningkat dari pada tahun 2016 yaitu sebesar 305.134 kunjungan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota dalam angka 2018).

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2017

Uraian	Tahun 2017	
Lembah Harau		
- Wisatawan Mancanegara	2.631	
- Wisatawan Nusantara		259.560
Pusako Rumah Gadang		
- Wisatawan Mancanegara	95	
- Wisatawan Nusantara		8.041
Batang Tabik		
- Wisatawan Mancanegara	41	
- Wisatawan Nusantara		94.812
Lainnya		
- Wisatawan Mancanegara	604	
- Wisatawan Nusantara		7.635
Total	3.371	370.048

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Angka 2018

Tabel 1. 2 Luas Wilayah dan Jumlah Penduduk Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2017

Uraian	Satuan	2017
Luas	Km ²	3.354,3
Jumlah Penduduk	Jiwa	376.072

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota dalam angka 2018

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Kabupaten ini terletak di bagian timur wilayah provinsi Sumatera Barat atau 124 km dari Kota Padang. Objek wisata yang dimaksud berada di Kabupaten Lima Puluh Kota tersebut adalah Batang Tabik. Batang Tabik terletak di Sungai Kamunyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima

Puluh Kota, kurang lebih 5,7 km dari Kota Payakumbuh, dipinggir jalan raya menuju Lintau Kabupaten Tanah Datar.

Objek wisata pemandian Batang Tabik ini memiliki suasana alam yang menarik dengan air yang jernih dan sangat sejuk. Objek wisata ini merupakan salah satu objek wisata pemandian yang sangat ramai dikunjungi oleh masyarakat setelah wisata Lembah Harau menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota dalam angka 2018 yang terlihat pada Tabel 1.1. Biasanya objek wisata pemandian Batang Tabik ini akan dalam angka 2018 sangat ramai dikunjungi pada hari-hari libur, Hari Nasional dan apalagi saat memasuki bulan puasa dalam acara “Balimau”. Objek wisata ini bisa dikunjungi dengan menggunakan kendaraan sendiri bahkan dengan angkutan umum. Air Batang Tabik ini bersumber dari mata air yang terbit dari dalam tanah yang dibendung sehingga menjadi kolam dan kemudian dinamakan Batang Tabik.

Berikut ini adalah data kunjungan wisata tiga tahun terakhir pada objek wisata Batang Tabik dapat dilihat dalam tabel 1.3 :

Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiga Tahun Terakhir Pada Objek Wisata Batang Tabik

No	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
1	2013	403	73.650	74.053
2	2014	223	75.119	75.342
3	2015	208	78.342	78.550
4	2016	268	90.372	90.640
5	2017	41	94.812	94.853

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota dalam angka 2018

Berdasarkan survei awal peneliti (2018), tepatnya berlokasi di Batang Tabik yang terletak di Sungai Kamunyang, Kecamatan Luak, Kabupaten Lima Puluh

Kota. Batang Tabik memiliki potensi alam yang menjadi daya tarik alam yakni air pemandian yang jernih dan sangat sejuk untuk dikunjungi. Citra dari Batang Tabik sendiri selama ini yang masih dikenal oleh kalangan masyarakat yakni potensi alamnya dengan memiliki area pemandian yang jernih dan sejuk dibandingkan di tempat pemandian sekitar lainnya. Hal ini akan membuat masyarakat yang telah berkunjung ingin melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan kunjungan mereka kepada orang lain yang belum pernah berkunjung.

Berdasarkan survei tersebut, beberapa wisatawan berpendapat bahwa objek wisata Batang Tabik memiliki citra yang tidak terlalu baik, dimana objek wisata Batang Tabik ini dianggap kurang menarik sebagai destinasi wisata karena beberapa hal seperti daya tarik alam yang dimiliki oleh objek wisata Batang Tabik yang kurang menarik bagi wisatawan. Selain itu, objek wisata Batang Tabik dianggap tidak aman sehingga membuat wisatawan merasa tidak nyaman dengan kunjungan ke objek wisata tersebut. Dimana kurangnya pengawasan yang dilakukan oleh pihak pengelola objek wisata Batang Tabik sepertinya saja jika terjadi kecelakaan pada perenang disaat berenang atau seperti kejadian disaat adanya perenang yang tenggelam, dan belum adanya pihak khusus yang berjaga pada pinggiran kolam untuk mengantisipasi jika terjadinya kecelakaan tersebut. Oleh sebab itu, wisatawan memandang citra dari destinasi wisata Batang Tabik kurang baik sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai yang akan dirasakan wisatawan dan juga terhadap kepuasan wisatawan pada kunjungan ke area destinasi wisata, jika citra destinasi wisata telah dipandang negatif maka

wisatawan akan sungkan untuk mengunjungi objek wisata Batang Tabik itu kembali.

Faktor yang menjadi indikasi utama yang berhubungan dengan nilai yang dirasakan wisatawan yakni citra yang didapat oleh wisatawan terhadap kunjungan wisata. Semakin positif citra yang diperoleh dari suatu destinasi wisata maka akan memiliki dampak positif pula terhadap nilai yang dirasakan oleh wisatawan, nantinya juga akan berpengaruh terhadap rasa kepuasan wisatawan mereka serta berniat untuk berkunjung kembali ke area destinasi wisata dan sebaliknya jika citra yang diperoleh negatif maka akan memberikan dampak negatif juga terhadap nilai yang dirasakan oleh wisatawan yang juga akan berpengaruh terhadap rasa kepuasan wisatawan mereka untuk ingin berkunjung kembali ke area destinasi wisata. Objek wisata Batang Tabik dianggap sebagai destinasi wisata yang diharapkan memiliki citra yang kuat kepada para wisatawan agar kepuasan wisatawan nilai yang dirasakan oleh wisatawan dapat meningkat dan diharapkan kepada mereka untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi wisata kepada sanak saudara, keluarga, teman, rekan dan orang lain untuk ikut berkunjung ke Batang Tabik. Dengan adanya citra destinasi maka Dinas Pariwisata juga dapat mengevaluasi sejauh mana citra Batang Tabik dimata wisatawan.

Wisatawan dianggap penting untuk menilai suatu destinasi wisata. Karena wisatawan menilai suatu destinasi melalui persepsinya. Citra destinasi menjadi begitu penting dalam sebuah penelitian dimana untuk mengetahui citra dari suatu destinasi wisata, dimana diperkuat oleh penelitian oleh menurut Ramseook-

munhurrun, Seebaluck, & Naidoo, (2015), dalam menawarkan wawasan yang lebih baik dari citra destinasi dan perilaku konsumen wisata dengan mencoba untuk memastikan yang konstruksi yang paling berpengaruh dalam kemungkinan meninjau kembali dan merekomendasikan tujuan sedangkan, dalam Pratminingsih, Rudatin, & Rimenta, (2014) menunjukkan bahwa citra destinasi secara signifikan berkorelasi positif untuk meninjau niat berkunjung kembali. Peningkatan citra destinasi hanya sedikit mendorong wisatawan untuk menyebarkan kegiatan *word of mouth*, dapat dijelaskan bahwa citra destinasi tidak hanya cukup mengesankan untuk memiliki pengaruh cukup besar pada wisatawan kesediaan wisatawan untuk memperkenalkan destinasi pada orang lain yang disampaikan dalam penelitian Khuong & Phuong, (2017).

Berdasarkan penjelasan diatas, hal yang penting untuk diperhatikan yaitu citra dari tujuan wisata dan nilai yang dirasakan oleh wisatawan ketika berkunjung ke objek wisata dan memiliki niat untuk mengunjungi wisata tersebut kembali. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari memahami mengapa wisatawan berlibur kembali sebagai fundamental dalam mengembangkan strategi pemasaran pariwisata dan manajemen yang efektif serta membangun motivasi perjalanan dan teori-teori pengambilan keputusan menurut Hui, Wan, dan Ho, (2007) & McKercher, (2004) Petrick, (2004), untuk mengukur niat berkunjung kembali terhadap tujuan yang sama merupakan kesempatan yang jarang terjadi, wisatawan lebih memilih untuk mengunjungi tempat-tempat baru. Menurut penelitian Javier & Bign, (2001), persepsi wisata dapat membantu untuk menentukan destinasi keberhasilan atau kegagalan tujuan tentang wisata dalam penelitian Formica,

(2002), Rimmington & A, (2016), dan juga nilai wisatawan juga memiliki potensi untuk mempengaruhi mereka kembali mengunjungi tempat yang sama yang disebutkan dalam penelitian Kozak, Crotts, dan Law , (2007).

Tingkat kepuasan wisatawan juga tentunya mempengaruhi dari aktifitas wisatawan pada objek wisata Batang Tabik, rasa puas yang dirasakan oleh wisatawan akan membuat wisatawan berniat untuk mengunjungi wisata kembali akan tetapi jika tidak puas maka wisatawan tidak ingin kembali ke area wisata lagi. Oleh karena itu, memahami bagaimana hal kepuasan wisatawan akan berdampak pada pengalaman dan nilai kunjungan kembali wisatawan ke tujuan wisata lagi. Kepuasan wisatawan merupakan masalah penting dalam melakukan riset pemasaran. Hal ini dikemukakan oleh penelitian Sano, (2014), menyatakan bahwa kepuasan wisatawan sebagai aspek kognitif yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung untuk mengevaluasi kualitas layanan dengan menghitung hal-hal seperti berapa banyak manfaat yang mereka terima dan berapa banyak pengorbanan yang telah mereka buat sedangkan, menurut Ramseook-munhurrun, Seebaluck, & Naidoo, (2015), kepuasan wisatawan merupakan mediator antar nilai yang dirasakan dan loyalitas yang dirasakan, semakin berharga wisatawan merasakan pengalaman perjalanan mereka makan semakin tinggi pula tingkat kepuasan wisatawan dengan tujuan dan akibatnya mempengaruhi niat wisatawan untuk mengunjungi kembali dan kesediaan mereka untuk merekomendasikan tujuan kepada orang lain. Kepuasan wisatawan diselidiki sebagai hasil dari citra destinasi, nilai yang dirasakan dan kualitas sehingga terlihat unik oleh setiap individu dalam penelitian Khuong & Phuong, (2017). Dan juga kepuasan

wisatawan mencerminkan penilaian seseorang terhadap suatu kinerja yang dirasakan hubungan dengan harapan, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka pelanggan kecewa dan jika sesuai dengan harapan maka pelanggan puas yang terdapat dalam buku Kotler & Keller, (2016:33).

Ketika wisatawan berkunjung, tentunya mereka akan mempunyai persepsi yang dirasakan pada masing-masing kunjungan pada destinasi wisata yang apabila itu bersifat positif maka akan memiliki pengaruh yang positif pula pada destinasi wisata tersebut dan sebaliknya. Penjelasan tersebut diperjelas dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramseook-munhurrun et al., (2015), menyatakan bahwa nilai yang dirasakan menemukan peran penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan sedangkan, penelitian Waheed, (2015) menyatakan penelitian yang dilakukan pada nilai yang dirasakan diseluruh dunia telah menumpahkan lebih jelas dari skala pengukuran penelitian untuk penelitian yang dilakukan. Menggunakan nilai yang dirasakan untuk memprediksi niat berkunjung kembali dapat menyebabkan pemahaman yang lebih baik dari turis wisatawan setelah perilaku pengambilan keputusan, menurut Chang, Backman, & Huang, (2014). Nilai yang dirasakan merupakan nilai, konsep pemasaran sentral terutama merupakan kombinasi antara kualitas, pelayanan, dan harga yang terdapat dalam buku Kotler & Keller, (2016:33).

Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan pada objek wisata Batang Tabik terhadap para wisatawan yang berkunjung, maka didapat hasil survei yang dapat dilihat pada Tabel 1.4.

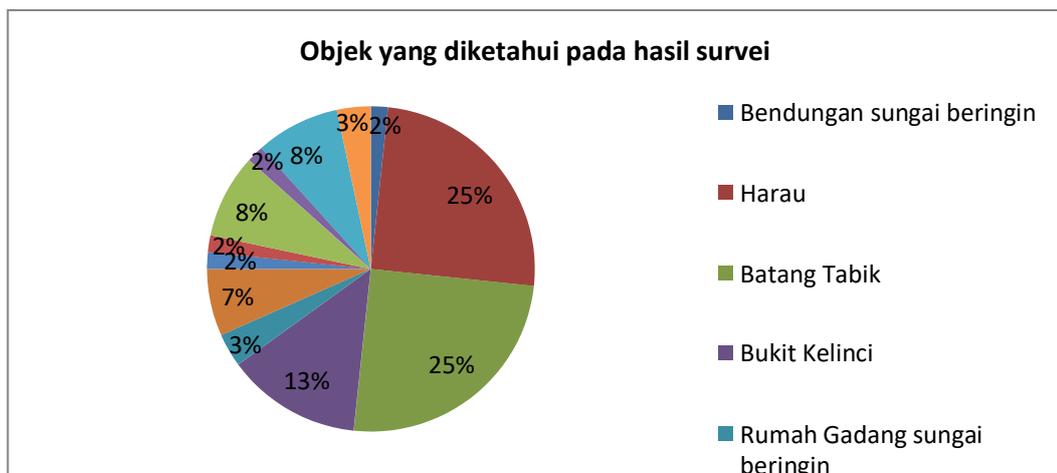
Tabel 1. 4 Rangkuman Hasil Survei

No	Pertanyaan	Jawaban	Jumlah
1	Objek wisata Kabupaten 50 Kota yang diketahui	Bendungan sungai beringin	1
		Harau	15
		Batang Tabik	15
		Bukit Kelinci	8
		Rumah Gadang sungai beringin	2
		Kapalo Banda	4
		Taram	1
		Aia Baba	1
		Kelok 9	5
		Rumah Barbie	1
		Padang Mangateh	5
		Bukit Paralayang	2
2	Objek wisata yang disukai di Kabupaten 50 Kota	Harau	14
		Batang Tabik	10
		Kapalo Banda	2
		Padang Mangateh	4
3	Objek wisata yang sering dikunjungi	Batang Tabik	10
		Harau	5
		Kapalo Banda	1
4	Frekuensi Kunjungan	Kadang-Kadang	5
		Sering	10
5	Alasan mengunjungi wisata tersebut	Refreshing	1
		Airnya Jernih dan sejuk	8
		Harga	7
		Berenang	2
		Lokasi	7
		Asyik dan Menyenangkan	1
		kebersihan	2
		Pemandangan	5

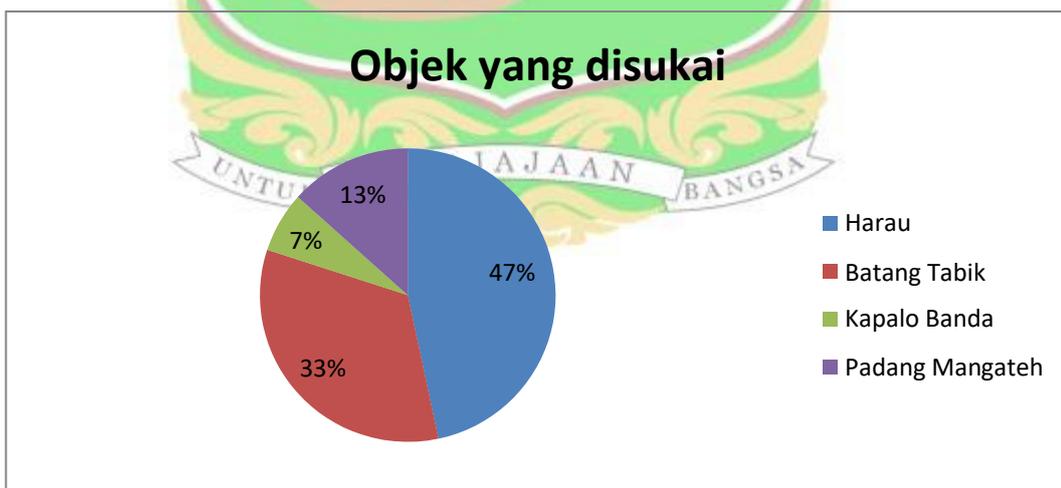
Data : Sumber diolah (2018)

Objek penelitian yang diambil yaitu Batang Tabik karena telah melakukan survei terhadap 15 wisatawan dengan hasil Batang Tabik adalah objek wisata

yang paling sering dikunjungi pada Gambar 1.3 dan juga Batang Tabik merupakan objek wisata yang diketahui oleh masyarakat seperti objek wisata Lembah Harau dengan persentase sama besar pada Gambar 1.1 serta objek wisata Batang Tabik menjadi objek yang disukai dengan menduduki persentase kedua setelah Lembah Harau pada Gambar 1.2.



Gambar 1. 1 Objek wisata daerah Kabupaten 50 Kota (*Sumber: pra survei 2018*)



Gambar 1. 2 Objek wisata yang disukai untuk daerah Kabupaten 50 Kota. (*sumber: pra survei 2018*)



Gambar 1. 3 Objek wisata yang sering dikunjungi didaerah Kabupaten 50 Kota. (Sumber: pra survei 2018)

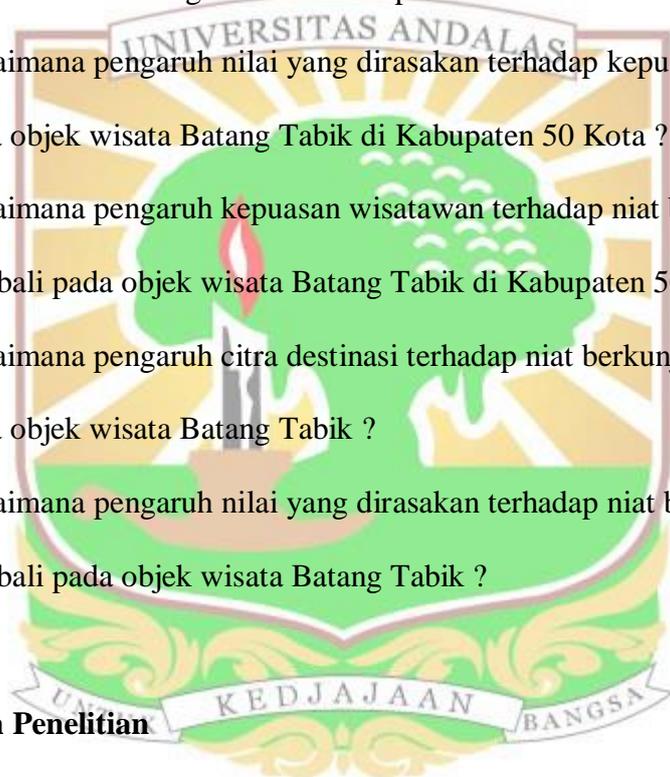
Dilihat dari data hasil survei, maka objek wisata Batang Tabik menjadi objek yang akan diamati karena termasuk kedalam hasil objek wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dengan jumlah 10 orang wisatawan dari 15 wisatawan. Penelitian ini akan meneliti para wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata Batang Tabik untuk yang sudah pernah berkunjung.

Jadi, berdasarkan fenomena tersebut diketahui bahwa dalam mengembangkan pariwisata dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti citra destinasi, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan serta niat untuk berkunjung kembali pada destinasi wisata. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti objek wisata Batang Tabik sebagai destinasi tujuan wisata dengan judul **“Keterkaitan Citra Destinasi, Nilai yang Dirasakan, Kepuasan Wisatawan terhadap Niat berkunjung kembali ke objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap nilai yang dirasakan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota ?
2. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota ?
3. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota ?
5. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik ?
6. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik ?



1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap nilai yang dirasakan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.
2. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.

3. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.
5. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.
6. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta memberikan kontribusi untuk pengembangan model kajian di industri pariwisata yang berhubungan dengan keterkaitan citra destinasi, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota yang sebelumnya belum diteliti secara komprehensif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi :

1. Bagi wisatawan yaitu dapat memberikan informasi dan menjadi acuan dalam mengambil keputusan untuk melakukan kunjungan kembali objek wisata Batang Tabik.

2. Bagi objek wisata Batang Tabik yaitu sebagai sumber perbaikan dan masukan bagi pihak pengelola Batang Tabik untuk kemajuan tempat wisata kedepannya.
3. Bagi pemerintah yaitu dimana hasil penelitian diharapkan dapat membantu pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat khususnya pemerintahan Kabupaten 50 Kota dalam mengembangkan sektor pariwisata sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan serta dapat meningkatkan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali ke objek wisata Batang Tabik Kabupaten 50 Kota.

1.5 Ruang Lingkup

Pada penelitian ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh citra destinasi, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan terhadap niat berkunjung kembali pada objek wisata Batang Tabik di Kabupaten 50 Kota.

1.6 Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

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

BAB III: METODE PENELITIAN

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

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V : PENUTUP

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

