

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi sektor yang memiliki peran penting dalam memberikan sumbangan besar terhadap perkembangan ekonomi dunia. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa pariwisata mencakup berbagai kegiatan wisata yang dilengkapi dengan sarana dan jasa yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata juga merupakan bagian industri yang berkontribusi dan berperan signifikan dalam mendorong pembangunan Indonesia. Dengan pernyataan tersebut, pariwisata dipandang sebagai sektor strategis yang memberikan sumbangan besar terhadap devisa dan perekonomian Indonesia (Johanes et al., 2024). Kegiatan pariwisata merupakan cakupan perjalanan yang dilakukan individu maupun kelompok ke suatu daerah di luar tempat tinggal mereka dalam waktu sementara dengan tujuan berupa rekreasi, pengembangan diri, pendidikan, pekerjaan, ataupun untuk mengenal keunikan dan daya tarik suatu destinasi, namun tidak dimaksudkan untuk menetap atau bekerja secara permanen di tempat tersebut (Putri et al., 2022).

Pariwisata di Indonesia mendorong pelaku industri pariwisata yang memikat wisatawan mancanegara agar terjadinya transaksi bisnis di pasar pariwisata serta pemerintah juga ikut andil dalam memperbaiki kualitas industri pariwisata agar memikat lebih banyak wisatawan mancanegara yang datang (Lefiani, 2024). Berbagai upaya tersebut mencerminkan bahwa daya saing pariwisata di Indonesia tidak hanya ditentukan oleh promosi semata, tetapi juga melalui kualitas pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan menjadi upaya penting dalam menarik lebih banyak wisatawan. Tentunya dengan ini terbukti dari meningkatnya kunjungan wisatawan yang datang berkunjung ke Tanah Air dengan berbagai program agar Indonesia mampu bersaing secara global (Ministry of Tourism & Creative Economy, 2023). Menurut Lenggogeni et al. (2019) Di Indonesia memiliki banyak wilayah yang berpotensi menjadi destinasi wisata. Fenomena ini tampak

dari semakin tingginya kunjungan wisatawan ke Indonesia untuk sekadar berlibur atau mengeksplorasi keindahan alam dan kekayaan budayanya. (Novesar, 2023). Di era modern saat ini, aktivitas wisata telah menjadi kebutuhan bagi wisatawan sebagai bentuk pelampiasan dari kejemuhan akibat rutinitas harian yang padat. Seiring dengan meningkatnya kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional. Setiap destinasi wisata yang ada di Indonesia dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan minat wisatawan agar terus berkunjung kembali (Nurhidayati et al., 2025).

Revisit Intention atau niat kunjungan ulang merupakan niat berkunjung kembali dengan menunjukkan kecendrungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi yang sama (Van et al., 2019). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa niat kunjungan ulang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan terhadap suatu destinasi. Menurut Zhang & Wu., (2017) niat kunjungan ulang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *country image*, *destination image*, *memorable tourism experiences* (MTEs) yang menunjukkan bahwa semakin positif persepsi wisatawan terhadap negara maupun destinasi yang dikunjungi, semakin tinggi pula kemungkinan mereka memperoleh pengalaman berwisata yang berkesan dan keinginan untuk kembali di masa mendatang.

Namun, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* tidak selalu sama antar destinasi wisata. Perbedaan karakteristik destinasi menyebabkan adanya variasi pada faktor yang paling dominan dalam membentuk niat kunjungan ulang wisatawan. Pada objek wisata Air Terjun Curug Cileat Kabupaten Subang menunjukkan bahwa faktor spesifik seperti *emotional experience*, *destination image*, *tourist satisfaction* yang mempengaruhi *revisit intention* (Salsabila & Erwadi, 2024).

Sementara itu, pada konteks destinasi wisata berbasis budaya seperti *traditional village*, faktor-faktor yang memengaruhi niat kunjungan ulang memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan destinasi lainnya. Lin (2024) menemukan bahwa *space atmosphere*, *place attachment*, *perceived interest playfulness*,

experiential marketing, recreation perception, environmental image perception, well-being, dan information richness merupakan faktor-faktor yang berperan signifikan dalam membentuk *revisit intention* wisatawan.

Berdasarkan temuan-temuan dari berbagai penelitian sebelumnya, terlihat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* dapat berbeda tergantung pada karakteristik destinasi. Namun, pada destinasi pantai, hasil penelitian yang ada masih menunjukkan perbedaan temuan dan belum mencapai kesepakatan yang jelas mengenai faktor dominan yang mempengaruhi *revisit intention*. Perdebatan ini muncul karena citra dan karakteristik setiap pantai sangat beragam mulai dari suasana alam, kebersihan lingkungan, interaksi sosial, hingga fasilitas yang ditawarkan yang pada akhirnya memengaruhi bagaimana wisatawan memersepsikan pengalaman dan membentuk keinginan untuk berkunjung kembali. (Mulyani & Ferdian, 2023).

Indonesia memiliki destinasi yang sangat kaya dan beragam (Setiawan, 2025). Salah satu sektor pariwisata yang memiliki citra destinasi dan dapat dinikmati ketika berlibur oleh masyarakat Indonesia adalah daerah dikawasan pesisir. Daerah pesisir, khususnya pantai dan laut, berperan penting dalam membuka peluang bagi berkembangnya kegiatan ekonomi lokal serta pembangunan wilayah di wilayah wisata tersebut termasuk kegiatan pariwisata lainnya (Meilinda et al., 2025).



Jenis Destinasi Wisata Akhir Tahun Paling Disukai Warga RI (November 2022)	
Bar Horizontal	Table
Nama Data	Nilai
Pantai dan laut	48,6
Pegunungan dan hutan	37,3
Perkotaan	13,1
TT/TJ	1

Gambar 1 Jenis Destinasi Wisata Akhir Tahun Paling Disukai Masyarakat Indonesia Pada Tahun 2022

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2022

Berdasarkan hasil survei kurios (databoks.katadata.co.id, 2022), yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC), masyarakat Indonesia cenderung memilih wisata pantai dan laut sebagai destinasi favorit untuk liburan akhir tahun, dengan persentase mencapai 48,6%. Minat terhadap destinasi ini menunjukkan bahwa pantai dan laut menjadi pilihan utama wisatawan nusantara (wisnus), termasuk wilayah Sumatera Barat. Di peringkat kedua, wisata ke pegunungan dan hutan diminati oleh 37,7% responden.

Secara umum, sebagian besar wisatawan memiliki niat untuk berkunjung ke Sumatera Barat (Lenggogeni et al. 2019). Menurut Novesar et al., (2023) salah satu daerah yang memiliki banyak wisata pesisir adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki sejumlah pantai dengan potensi pengembangan yang sangat tinggi. Keindahan alamnya yang masih terjaga, pemandangannya yang sangat menawan dan tidak kalah dengan pantai di destinasi daerah lain, ditambah dengan keramahan penduduk setempat serta fasilitas yang terus meningkat, menjadikan wilayah ini berpeluang menjadi destinasi wisata bahari yang menarik bagi wisatawan lokal maupun internasional.

Dari sekian banyak wilayah pesisir tersebut, Kota Padang menjadi salah satu pusat kunjungan utama wisatawan karena menawarkan beragam pantai yang terkenal dan diminati. Libur lebaran selalu menjadi momentum meningkatnya aktivitas pariwisata di berbagai daerah, termasuk Kota Padang. Karakteristik geografis Padang yang memiliki garis pantai panjang dan panorama laut yang indah menjadikan destinasi bahari sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Tidak mengherankan jika setiap musim liburan, objek wisata pantai selalu tampak lebih ramai dibandingkan dengan jenis wisata lainnya seperti gunung, air terjun, goa, maupun pemandian.

Tabel 1 Rekapitulasi Kunjungan Wisata Kota Padang (1-7 April 2025)

Kategori Objek Wisata	Objek	Total Pengunjung
Pantai dan Pulau	Pantai yang ada di Kota Padang	113.242

Gunung dan Perbukitan	Gunung Padang	575
Air Terjun	Lubuk tampuruang dan Lubuk Hitam	6.160
Pemandian	Lubuk Lukum	2.500
Goa	Goa Kalelawar Padayo	520
Total		123.046

Sumber: rri.co.id, 2025

Data dari RRI.co.id, (2025) menunjukkan bahwa wisata pantai di Kota Padang menjadi pilihan utama masyarakat selama libur Lebaran. Dari total 123.046 pengunjung yang tercatat di 13 objek wisata, mayoritas atau sekitar 92% di antaranya memilih destinasi pantai dengan jumlah mencapai 113.242 orang. Data ini menegaskan bahwa wisata pantai di Padang tidak hanya lebih unggul, tetapi juga menjadi magnet utama yang paling diminati dibandingkan kategori wisata lainnya.



Gambar 2 Pantai Padang, Sumatera Barat

Sumber: SWI Tour and Travel, 2023

Menurut data dari Dinas Pariwisata Kota Padang (2021), Pantai Padang termasuk salah satu destinasi wisata utama di kota ini. Pernyataan tersebut semakin diperkuat dengan berbagai upaya perbaikan dan peningkatan yang dilakukan oleh pemerintah Kota Padang, mulai dari aspek kebersihan, hingga penyediaan fasilitas umum yang semakin lengkap, serta menarik wisatawan karena sudah tertata rapi.

Para pedagang kuliner dan lokal juga sudah disediakan tempat untuk berjualan dengan memanjakan wisatawan pejalan kaki atau anak-anak yang sedang bermain.



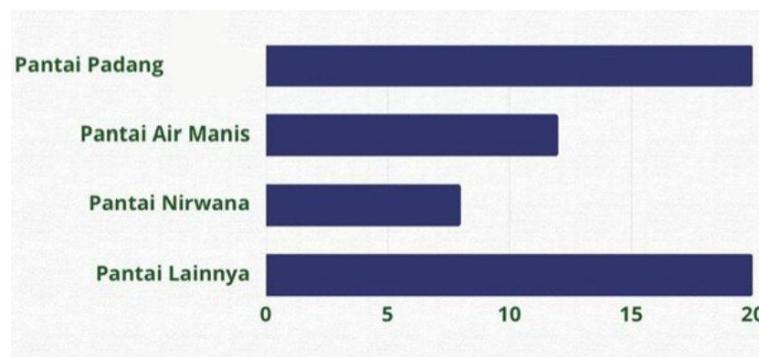
Gambar 3 Monumen IORA Pantai Padang, Sumatera Barat

Sumber: Sumbarkita.id, 2024

Pantai Padang semakin mempesona dan tertata rapi karena parkir kendaraan sudah disediakan secara khusus bagi pengunjungnya. Selain itu, di sepanjang jalan terdapat beberapa objek wisata menarik di sekitarnya, seperti Monumen IORA dan Monumen Merpati Perdamaian yang terletak di tepi pantai. Lalu, keberadaan masjid di sekitar pantai sangat membantu umat muslim untuk melaksanakan ibadah. Wisata kuliner pun semakin menarik dengan banyaknya pilihan kafe, baik yang terletak di sekitar mulut pantai. Bagi wisatawan yang ingin membeli oleh-oleh, tersedia berbagai toko yang menawarkan produk khas Padang. Lokasi Pantai Padang yang strategis, karena berada tidak jauh dari Gunung Padang, Kawasan Kota Tua, Jembatan Siti Nurbaya, dan Masjid Al-Hakim, menjadikannya salah satu destinasi yang layak dikunjungi.

Salah satu daya tarik utama pantai ini adalah panorama sunsetnya yang memikat, sehingga membuat banyak wisatawan ingin datang kembali (Novesar, 2023). Pantai ini menyuguhkan suasana yang tenang, hembusan angin yang menyegarkan, serta pemandangan matahari terbenam yang memukau pada sore hari, sehingga menjadi lokasi ideal untuk bersantai sambil menikmati keindahan alam.

Menyaksikan *sunset* di Pantai Padang menjadi pengalaman yang tidak boleh dilewatkan oleh para wisatawan (Kumparan, 2024).



Gambar 4 Survey awal penelitian Destinasi Pantai yang Dominan dikunjungi Wisatawan Sumatera Barat

Sumber: Pre-Survey, 2025

Dari data diatas, peneliti peroleh dari salah satu pertanyaan dalam survey awal yang peneliti lakukan secara langsung kepada 20 orang narasumber yang merupakan wisatawan yang pernah mengunjungi Pantai yang berada di Kota Padang. Berdasarkan data diatas terbukti bahwa Pantai Padang adalah pantai yang lebih dominan dikunjungi oleh wisatawan. Narasumber luar kota menceritakan alasan mengunjungi destinasi Pantai Padang adalah dari sisi populernya Pantai Padang di daerah asal mereka tinggal, kenangan yang positif, akses yang mudah, suasana nyaman, tenang, serta keindahan *sunsetnya*. Namun, dari *pre survey* yang peneliti lakukan, juga terdapat beberapa keluhan pengunjung terkait citra di Pantai Padang seperti pungut liar atau pengamen yang datang bergantian disekitaran Pantai Padang. Kondisi ini tentu sangat di sayangkan dan cukup mengganggu kenyamanan pengunjung pada Pantai Padang. Akan tetapi, dari faktor-faktor tersebut, narasumber tetap merasa sangat senang melakukan kunjungan di Pantai Padang, hal tersebut tidak mengurangi niat mereka untuk mengunjungi Pantai Padang dikemudian hari.

Tabel 2 Hasil Survey Awal Penelitian Pengunjung Pantai Padang

No	Tujuan Berkunjung	Jumlah
1.	Berwisata melihat <i>sunset</i> di Pantai	11
2.	Refreshing dan healing	6
3.	Berfoto (<i>selfie</i>)	1
4.	Aktivitas kesehatan	1
5.	Mengunjungi Masjid Al Hakim	1
Total		20

Sumber: Pre-Survey, 2025

Berdasarkan data diatas, peneliti sudah melakukan wawancara kepada 20 orang pengunjung Pantai Padang. Berdasarkan hasil pra survey tersebut, diketahui bahwa 11 responden memiliki tujuan berwisata datang ke Pantai Padang adalah untuk menikmati pemandangan *sunset*. Selanjutnya, ada 6 responden datang berkunjung ke Pantai Padang untuk *refreshing* dan *healing*, yang berarti aktivitas wisata di Pantai Padang tidak hanya sekadar menikmati pemandangan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pemulihan emosional dan pelepas stres dari rutinitas. Lalu, masing-masing responden datang mengunjungi Pantai Padang untuk berfoto, berolahraga atau aktifitas kesehatan, dan berkunjung ke Masjid Al Hakim di sekitar kawasan wisata.

Dari sisi citra destinasi atau *destination image*, terhadap fasilitas dan kenyamanan, diketahui bahwa 12 responden merasa puas, sementara 8 responden menyatakan belum puas, khususnya terkait aspek kebersihan dan adanya gangguan dari oknum di sekitar area Pantai. Temuan ini juga sejalan dengan hasil bahwa 13 responden mengaku pernah mendengar atau mengalami pungutan liar, sedangkan 7 responden lainnya tidak pernah mengalaminya, sehingga dapat disimpulkan bahwa *destination image* atau citra destinasi masih menjadi tantangan bagi pengembangan wisata Pantai Padang.

Lalu, sebanyak 18 responden menyatakan bahwa pengalaman mengunjungi Pantai Padang terasa sangat berkesan, menyenangkan, dapat menghilangkan stres

dan rasa lelah responden. Hal ini mengindikasikan bahwa *memorable tourism experience* (MTEs) memberikan pengalaman emosional positif kepada wisatawan selama berada di Pantai Padang. Sementara itu 2 responden menyatakan bahwa mereka memiliki pengalaman yang biasa saja.

Menariknya, dari 20 responden tersebut, hanya 5 orang yang menyatakan bahwa isu pungutan liar atau gangguan tersebut mempengaruhi keinginan mereka untuk berkunjung kembali, sedangkan 15 responden menyatakan bahwa hal tersebut tidak mempengaruhi wisatawan terhadap keputusan mereka untuk kembali. Bahkan, Sebagian besar responden menyatakan memiliki rencana untuk kembali mengunjungi Pantai Padang di dalam kurun waktu dekat.

Berdasarkan survey awal yang peneliti sudah lakukan, dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang membentuk niat kunjungan ulang atau *revisit intention* adalah *destination image, memorable tourism experience, dan tourist satisfaction*. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa hasil *pra survey* pada penelitian ini memiliki indikasi positif terhadap objek yang dipilih, sehingga peneliti sangat tertarik untuk menelusuri lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan. Meskipun terdapat citra yang kurang baik seperti masalah kebersihan, pungutan liar atau gangguan dari oknum, sebagian besar wisatawan tetap menilai Pantai Padang sebagai destinasi yang menarik dan layak dikunjungi kembali karena nilai emosional dan keindahan alamnya yang kuat. Selain itu, mereka menyatakan sangat senang dan puas dengan pengalaman yang tidak terlupakan, serta 100% ingin berkunjung kembali ke tempat wisata Pantai Padang.

Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa *destination image, memorable tourism experience, dan tourist satisfaction* memiliki hubungan yang erat terhadap *revisit intention*. Citra destinasi merupakan persepsi individu terhadap suatu destinasi wisata yang mampu membentuk emosional terhadap objek wisata tersebut (Baloglu & McCleary, 1999). Citra destinasi yang positif akan menciptakan kesan dan pengalaman wisata yang berkesan atau *memorable tourism experience*, yaitu pengalaman yang memberikan kenangan emosional mendalam bagi wisatawan (Kim et al., 2012). Pengalaman berkesan yang terbentuk dari citra

positif selanjutnya berkontribusi terhadap peningkatan *tourist satisfaction*, yaitu kepuasan yang timbul akibat kesesuaian antara harapan dan kenyataan selama berwisata. Beberapa penelitian juga menegaskan bahwa citra destinasi dan kepuasan wisatawan secara signifikan memengaruhi niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang (Prayag et al., 2017).

Merujuk pada data serta fenomena yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Ulang Wisatawan Pada Destinasi Pantai: *Destination Image, Memorable Tourism Experience, dan Tourist satisfaction* (Survey pada Pengunjung di Pantai Padang)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah, tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?
2. Untuk mengetahui pengaruh *memorable tourism experience* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?
3. Untuk mengetahui pengaruh *tourist satisfaction* terhadap *revisit intention* pada pengunjung Pantai Padang?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun harapan dari penelitian yang peneliti lakukan untuk memberikan manfaat yang baik secara teoritis dan manajerial, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan dapat menambah literatur dan wawasan dalam bidang pemasaran pariwisata, khususnya pada konteks *coastal tourism* serta dapat menjadi opsi panduan bagi peneliti lain yang melakukan studi dengan topik sejenis.

2. Manfaat Manajerial

Studi ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi pengelola destinasi wisata Pantai Padang seperti Dinas Pariwisata Kota Padang dan destinasi Pantai lainnya. Dalam upaya meningkatkan minat kunjungan ulang pengunjung dengan faktor-faktor yang memperhatikan *destination image*, *memorable tourism experience*, dan *tourist satisfaction*.

1.5 Sistematika Penelitian

Penyusunan penelitian ini dilakukan secara terstruktur sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan lebih mudah. Dengan demikian, sistematika penulisan penelitian ini disajikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini mencakup penjelasan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, penelitian serta cakupan ruang lingkup penelitian.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini membahas mengenai kerangka teoritis yang menjadi landasan teori sebagai acuan dalam membahas masalah berdasarkan teori-teori yang ada, tinjauan literatur sebelumnya, pembahasan hipotesis, serta kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan informasi tentang desain penelitian, objek penelitian yang dipilih, proses pengambilan sampel, jenis dan sumber data yang dimanfaatkan, serta metode pengumpulan data yang digunakan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan bagaimana hasil data pada penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis, serta interpretasinya.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini memberikan Kesimpulan terhadap rangkuman hasil penelitian yang diperoleh dari bab sebelumnya yaitu analisis data, serta memberikan saran atau rekomendasi bagi pihak terkait dan penelitian mendatang.

