

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu industri sektor jasa terbesar dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini (Abubakar 2017). Perkembangan teknologi dan informasi juga mempercepat tersebarnya informasi pariwisata, hal ini mengakibatkan timbulnya persaingan di berbagai negara yang saling bersinergi untuk menarik wisatawan berkunjung ke negaranya. Industri pariwisata juga berkontribusi dalam mempercepat pertumbuhan di berbagai sektor perekonomian serta sebagai penghasil devisa bagi negara. Menurut Sugiama (2011) pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja, meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya. Setiap negara berusaha berinovasi dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya mereka untuk mendukung fasilitas yang dibutuhkan selama berlangsungnya kegiatan wisata.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang dikenal sebagai zamrud di khatulistiwa yang memiliki kekayaan alam yang melimpah, tanah yang subur, serta keindahan panorama alam yang memikat sehingga menjadi magnet bagi para

turis mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia (Sumber : <https://wisatahalimun.co.id/membangun-indonesia-dari-desa-wisata-dengan-wisata-ramah>, diakses November 2019). Pariwisata di Indonesia menempati posisi ketiga setelah komoditi minyak, gas bumi, dan kelapa sawit sebagai penerima devisa terbesar di Indonesia (wikipedia pariwisata,2018). Saat ini pemerintah Indonesia sedang menggiatkan usaha dalam memajukan pariwisata di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya undang-undang nomor 10 tahun 2009 yang mewajibkan pemerintah dan pemerintah daerah untuk memajukan dan mengelola pariwisata daerah. Sehingga mulai banyaknya destinasi wisata diberbagai daerah di Indonesia.

Perkembangan pariwisata saat ini di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan di beberapa tahun belakang. Peningkatan ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Tahun	Total Kunjungan Wisatawan
2014	9.943.541
2015	9.729.350
2016	12.023.971
2017	14.140.325
2018	16.132.753

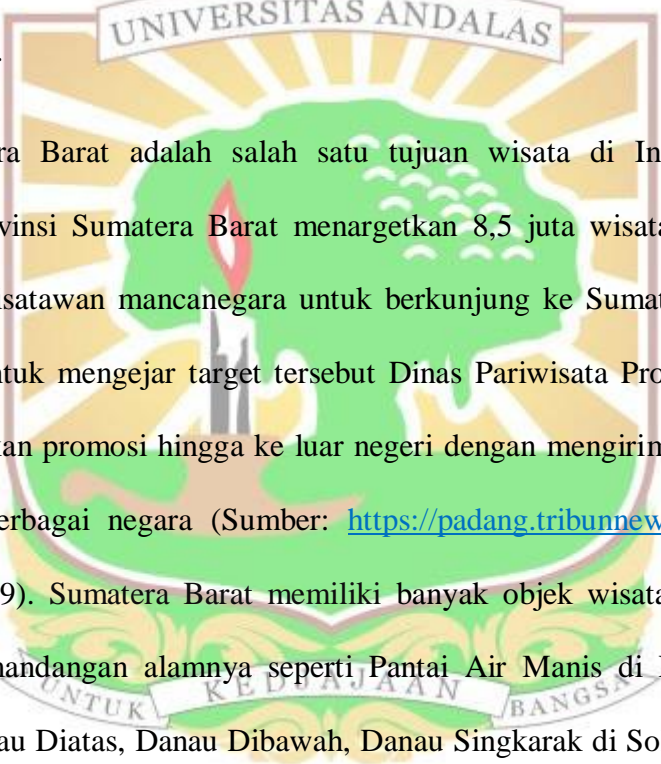
(www.kemenpar.go.id)

Persaingan industri pariwisata yang terus meningkat, menyebabkan destinasi memerlukan berbagai metode baru untuk menarik wisatawan (Chen, 2014). Tasci dan Kozak (2006:304) mendefinisikan citra destinasi sebagai persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa, serta banyak faktor lainnya. Dalam pemilihan destinasi terdapat beberapa unsur utama yang menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung, seperti pada destinasi sumber daya alam dan pemandangan, kemudahan aksesibilitas, sumber budaya, keamanan, aktifitas pada malam hari dan hiburan, dan rasio harga maupun kualitas produk ataupun jasa yang ditawarkan (Chi & Qu, 2008).

Wisata makanan didefinisikan oleh (Lertputtarak, 2012) adalah sebagai “kunjungan ke produsen makanan primer dan sekunder, festival makanan, restoran dan lokasi spesifik tempat mencicipi makanan dan / atau mengalami atribut daerah produksi makanan spesialis adalah faktor pendorong utama bepergian. Makanan dan minuman menjadi peran penting yang akan difikirkan pelancong atau wisatawan ketika akan mengunjungi suatu negara atau tujuan wisata. Makanan mengandung nilai budaya, perbedaan budaya yang ditawarkan antara daerah asal dengan daerah tujuan akan menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu negara.

Menurut (Kotler & Keller, 2012: 128) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan seseorang senang atau kecewa atas hasil dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya dibidang hospitaliti. Kepuasan

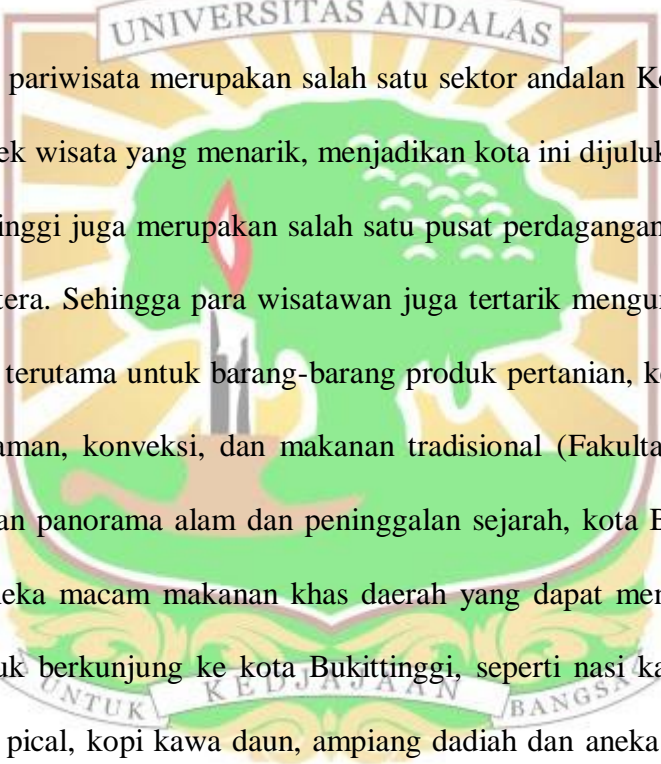
diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi. Dalam mewujudkan terjadinya perasaan puas dari wisatawan yang berkunjung tentu pengelola tempat wisata perlu memahami hal apa saja yang membentuk terjadinya kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*). Jika kinerja memenuhi harapan maka wisatawan akan puas. Dan sebaliknya jika kinerja tidak memenuhi harapan maka wisatawan akan merasa tidak puas dan akan beralih ke merek lainnya. Kepuasan bisa menjadi variabel penting yang mendorong sikap dan perilaku dari konsumen (Petrick, 2004).



Sumatera Barat adalah salah satu tujuan wisata di Indonesia. Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat menargetkan 8,5 juta wisatawan nusantara dan 57 ribu wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Sumatera Barat pada tahun 2019, untuk mengejar target tersebut Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat melakukan promosi hingga ke luar negeri dengan mengirim beberapa duta kesenian ke berbagai negara (Sumber: <https://padang.tribunnews.com>, diakses November 2019). Sumatera Barat memiliki banyak objek wisata yang terkenal keindahan pemandangannya seperti Pantai Air Manis di Padang, Danau Maninjau, Danau Diatas, Danau Dibawah, Danau Singkarak di Solok, dan Ngarai Sianok di Bukittinggi.

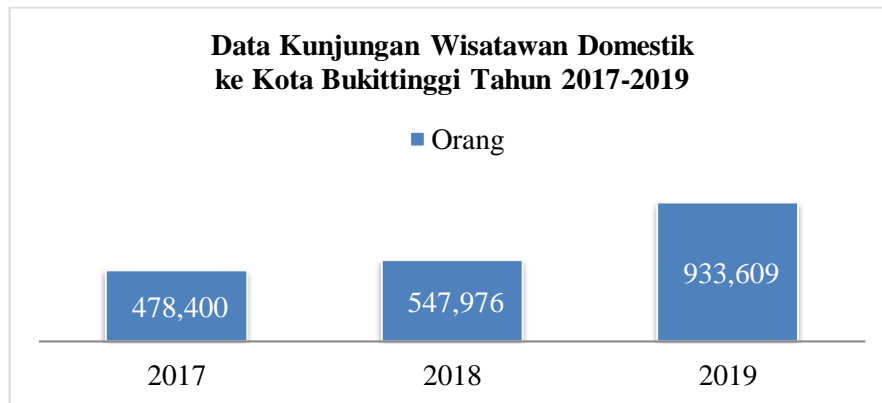
Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan objek wisata yang ramai di kunjungi di Provinsi Sumatera Barat (Sumber: Wikipedia). Kota Bukittinggi mempunyai luas $\pm 25.239 \text{ km}^2$ terletak di ketinggian antara 909M – 941M diatas permukaan laut dan suhu udara berkisar 17,1 \circ C sampai 24,9 C yang memiliki keindahan alam yang sangat indah, udara yang sejuk, serta

terletak diposisi yang strategis (Arianti, 2014). Pada tanggal 11 maret 1984, Kota Bukittinggi juga ditetapkan sebagai kota wisata dan sekaligus Kota Destinasi Wisata Provinsi Sumatera Barat (Mulyati & Masruri, 2019). Kota ini pada zaman kolonial Belanda disebut dengan *Fort de Kock* dan mendapat julukan sebagai *Parijs van Sumatra*. Bukittinggi juga terkenal dengan berbagai peninggalan sejarah yang bisa menjadi daya tarik wisata seperti Jam Gadang, Benteng, Fort De Kock, Lobang Jepang, dll (Sumber: Wikipedia).

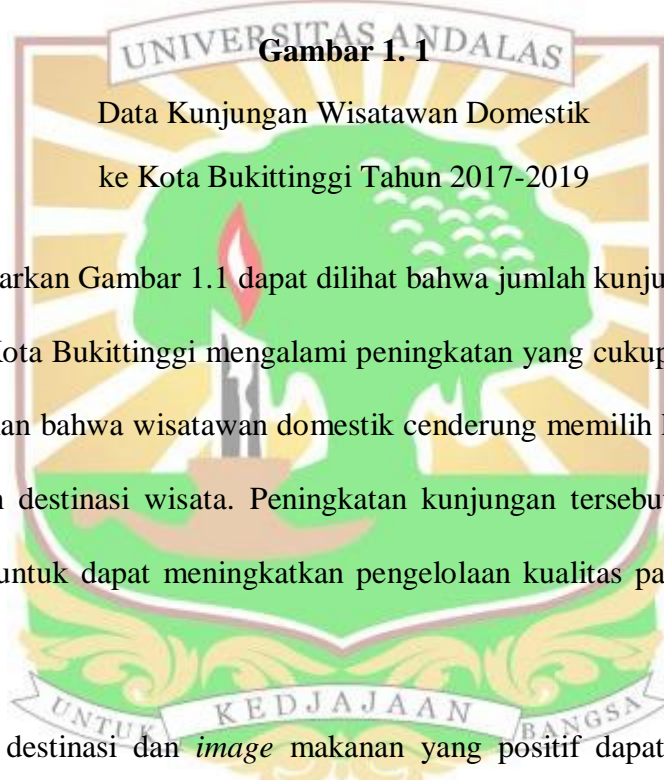


Industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan Kota Bukittinggi. Banyaknya objek wisata yang menarik, menjadikan kota ini dijuluki sebagai "kota wisata". Bukittinggi juga merupakan salah satu pusat perdagangan grosir terbesar di Pulau Sumatera. Sehingga para wisatawan juga tertarik mengunjungi kawasan wisata belanja, terutama untuk barang-barang produk pertanian, kerajinan rakyat, bordir dan sulaman, konveksi, dan makanan tradisional (Fakultas et al., 2012). Selain keindahan panorama alam dan peninggalan sejarah, kota Bukittinggi juga memiliki beraneka macam makanan khas daerah yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke kota Bukittinggi, seperti nasi kapau, itiak lado mudo, katupek pical, kopi kawa daun, ampiang dadiah dan aneka kue tradisional lainnya.

Perkembangan pariwisata dikota Bukittinggi mengalami peningkatan yang cukup signifikan di beberapa tahun belakang. Perkembangan tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber : BPS Sumatera Barat



Gambar 1. 1

Data Kunjungan Wisatawan Domestik ke Kota Bukittinggi Tahun 2017-2019

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik ke Kota Bukittinggi mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan domestik cenderung memilih kota Bukittinggi sebagai tujuan destinasi wisata. Peningkatan kunjungan tersebut dapat menjadi peluang bagi untuk dapat meningkatkan pengelolaan kualitas pariwisata di kota Bukittinggi.

Image destinasi dan *image* makanan yang positif dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung kembali (Lertputtarak, 2012). Pengembangan *Image* yang positif dari sebuah destinasi dapat berperan untuk meningkatkan kepercayaan wisatawan untuk berkunjung kembali (Hsu et al., 2010). Tinggi rendahnya kepuasan wisatawan sangat berkaitan erat dengan produk pariwisata yang mereka terima (Chi & Qu, 2008). Semakin tinggi kepuasan wisatawan maka akan berdampak terhadap keputusan berkunjung kembali wisatawan.

Berdasarkan fenomena tersebut diketahui bahwa dalam mengembangkan pariwisata dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti *destination image*, *food image*, dan *tourist satisfaction* serta niat untuk berkunjung kembali (*revisit intention*) pada destinasi wisata. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti objek wisata di kota Bukittinggi sebagai destinasi tujuan wisata dengan judul **“Pengaruh *Destination Image*, *Food Image* dan *Tourist Satisfaction* Terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi?
2. Bagaimana pengaruh *Food Image* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi?
3. Bagaimana pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Destination Image* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi.



2. Untuk menganalisis pengaruh *Food Image* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Tourist Satisfaction* terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dan penyusunan proposal ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Destination Image*, *Food Image* maupun *Tourist Satisfaction* yang mempengaruhi *Revisit Intention* terhadap destinasi wisata. Dan diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran.

2. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pemerintah Kota Bukittinggi khususnya Dinas Pariwisata Kota Bukittinggi untuk meningkatkan pertumbuhan pariwisata agar bisa meningkatkan Intensi Berkunjung Kembali (*Revisit Intention*) wisatawan ke kota Bukittinggi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian, dimana penulis melakukan penelitian pada wisatawan yang berasal dari luar Kota Bukittinggi. Ruang lingkup yang diteliti adalah Pengaruh *Destination Image*,

Food Image dan *Tourist Satisfaction* Terhadap *Revisit Intention* di Kota Bukittinggi. Penyebaran kuisisioner pada wisatawan yang berasal dari luar kota Bukittinggi yang pernah berkunjung ke kota Bukittinggi minimal satu kali.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara umum sistematika penulisan ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi uraian mengenai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Bab ini juga memuat kerangka pemikiran, serta model analisis yang mendasari penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian, jenis atau tipe penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan, serta instrumen penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis data yang didapat dari hasil wawancara mendalam yang diolah dengan berpedoman pada teori-teori yang

terkait sehingga diperoleh jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan pada Bab I.

BAB V :PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran dari hasil analisis yang dilakukan sebagai jawaban dari pertanyaan dalam penelitian ini.

