

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar didunia yang memiliki berbagai potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna maupun peninggalan purbakala, peninggalan sejarah serta seni dan budaya yang semuanya merupakan sumber daya dan modal dalam industri kepariwisataan. Industri pariwisata merupakan salah satu faktor penting dalam membangun perekonomian Indonesia, karena industri pariwisata telah menjadi sektor unggulan yaitu sektor utama dalam peningkatan perekonomian suatu daerah. Pariwisata sebagai aktivitas sumber pengalaman tidak hanya melayani, memberikan nilai, memenuhi kebutuhan atau keinginan wisatawan namun penting untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat luas. Hal ini sesuai dengan tujuan pariwisata antara lain meningkatkan pendapatan negara, memperkenalkan keindahan alam dan budaya, dan mempererat persaudaraan (Dani & Thamrin, 2019).

Pada zaman sekarang ini pariwisata merupakan suatu hal yang menjadi kebutuhan bagi sebagian orang. Sebagian orang membutuhkan hiburan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*) dan menghabiskan waktu luang (*leisure*). Rekreasi atau berwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang dengan mengunjungi daerah-daerah tertentu baik bersama keluarga maupun teman dengan motif untuk mencari ketenangan, kesenangan

dan kepuasan tersendiri dengan mempelajari keunikan daerah tujuan. Dewasa ini berwisata telah menjadi kebutuhan dari hidup, seiring dengan meningkatnya kebutuhan untuk berwisata tersebut membuat berbagai negara di belahan dunia berlomba-lomba membenahi sektor pariwisatanya guna untuk menarik wisatawan mengunjungi negaranya. Setiap negara berusaha keras dalam mengelola berbagai sumber daya yang dimiliki dan mengembangkan berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan selama berlangsungnya kegiatan wisata. Indonesia salah satu contohnya.

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata alam dan budaya yang beraneka ragam. Selain itu Sumatera Barat juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah dan yang tidak kalah menarik yaitu keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dikembangkan lebih baik. Sumatera Barat sebagai provinsi yang memiliki kekayaan alam dan budaya maupun destinasi wisata yang menarik di tiap daerahnya mulai berbenah diri dalam meningkatkan infrastrukturnya demi menyokong perkembangan wisata guna meningkatkan perekonomian masyarakat daerah setempat. Meningkatnya minat masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata dapat dilihat pada Gambar 1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ini akan berdampak positif terhadap perkembangan pariwisata di Sumatera Barat, dengan mengembangkan kawasan-kawasan potensial yang diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menciptakan pemerataan wilayah.



Sumber: Badan Pusat Statistik Sumbar (2019)

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Wisman yang berkunjung Melalui BIM dan
Pelabuhan Teluk bayur

Berdasarkan gambar diatas terlihat terjadi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Sumatera Barat pada tahun 2016-2018. Oleh karena itu Sumatera Barat harus memanfaatkan keadaan ini untuk lebih mengembangkan *tourism product* terutama pada fasilitas dan infrastruktur, akses menuju lokasi wisata maupun hal penting lainnya, sehingga dapat membentuk *destination image* yang baik dan unik di mata wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang memiliki destinasi wisata yang beragam adalah kota Padang. Kota Padang merupakan ibu kota dari provinsi Sumatera Barat. Banyak obyek wisata yang menarik untuk di kunjungi di kota Padang salah satunya adalah obyek wisata Pantai Air Manis. Pantai Air Manis adalah pantai

yang terletak kurang lebih 10 km ke selatan dari pusat kota Padang. Pantai ini merupakan salah satu tujuan wisata yang selalu ramai di kunjungi oleh masyarakat. Pantai ini di kenal dengan ombaknya yang kecil, memiliki panorama yang indah di sisi utaranya dari legenda Malin Kundang (wikipedia.org). Letaknya yang strategis dan memiliki panorama yang indah membuat pantai ini menjadi salah satu obyek wisata pantai yang paling populer di kota Padang. Oleh karena itu pengembangan produk-produk wisata yang ada pada obyek wisata Pantai Air Manis harus lebih ditingkatkan lagi dan juga memberikan *destination image* yang baik dan unik agar dapat menjadi keunggulan bersaing (*competitive advantage*) sehingga menarik perhatian wisatawan. Dalam penelitian sebelumnya, Priyanto et al. (2015) menjelaskan semakin tinggi penilaian pada produk wisata maka semakin tinggi pula keinginan untuk berkunjung ke tujuan destinasi wisata tersebut. *Tourism product* merupakan hal yang penting dalam pariwisata yang harus diusahakan karena *tourism product* merupakan produk-produk yang akan dijual kepada wisatawan atau pengunjung wisata. Stankovic & Dukic (2009) membagi komponen *tourism product* dari sebuah destinasi menjadi 7 komponen yaitu yang pertama atraksi, meliputi pemandangan alam, suasana dan wahana wisata yang ada disuatu obyek wisata, yang kedua akseibilitas, meliputi sarana dan prasarana yang mendukung wisatawan dalam mencapai suatu obyek wisata, yang ketiga amenities, meliputi infrastruktur dan suprastruktur yang memudahkan wisatawan dalam pencapaian dan penggunaan sebuah destnasi, yang keempat *available packages*, meliputi berbagai paket wisata yang sudah diatur antara

perantara dan principal, yang keenam *activities*, meliputi seluruh aktivitas yang tersedia disebuah destinasi dan apa yang bisa dilakukan wisatawan selama waktu kunjungannya dan yang ketujuh *ancillary service*, meliputi berbagai layanan tambahan atau sarana penunjang yang dapat menunjang sarana pokok dalam pencapaian dan penggunaan sebuah destinasi. Seluruh komponen dari *tourism product* tersebut harus dikembangkan lebih baik agar menjadi sebuah keunggulan dari suatu destinasi.

Destination Image merupakan bagian terpenting bagi dunia wisata dalam menarik wisatawan. *Destination Image* berpengaruh dalam pengambilan keputusan wisatawan karena diyakini bahwa wisatawan membuat keputusan berkunjung berdasarkan citra mental yang mereka miliki tentang suatu tempat (Viet, 2019). Qu et al. (2011) membagi beberapa dimensi untuk mengukur variabel *destination image* yaitu yang pertama *cognitive image*, meliputi pengalaman maupun informasi (pengetahuan) yang didapatkan wisatawan dari sebuah destinasi, yang kedua *unique image*, meliputi lingkungan alam maupun kemenarikan yang ada dari sebuah destinasi, yang ketiga *affective image*, meliputi sikap emosional atau perasaan yang dirasakan wisatawan dalam berkunjung dari sebuah destinasi. Dalam penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung (Huda et al., 2016). Oleh karena itu obyek wisata Pantai Air Manis harus menciptakan *image* yang baik dan unik dan meningkatkan *tourism product* yang berkesan agar mendapat pandangan

yang baik dari wisatawan. Jika *tourism product* sudah mendapatkan pandangan dan penilaian yang baik dari wisatawan maka *word of mouth* bisa terjadi, sehingga suatu *destination image* yang baik dan unik dapat tercipta di suatu obyek wisata.

Menurut Lai et al. (2018) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *visit decision*. Karena biasanya, pengunjung akan terlebih dahulu mencari informasi sebelum mengunjungi suatu tempat wisata. Ketika pengunjung mendapatkan pelayanan pariwisata yang baik disuatu destinasi maka pengunjung akan berbicara kesan positif yang dapat memperluas pemasaran dan juga meningkatkan kunjungan tempat wisata ketika pengunjung tersebut bisa mengajak calon pengunjung baru (Lai et al., 2018). Penyampaian informasi positif yang diberikan wisatawan yang sudah pernah berkunjung memberikan dampak besar bagi pengunjung yang akan mengambil keputusan berkunjung ke suatu obyek wisata.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat objek ini sebagai tema dengan penelitian yang berjudul: **Pengaruh *Tourism Product, Destination Image, dan Word Of Mouth Terhadap Visit Decision (Survei pada Pengunjung Wisata Pantai Air Manis Padang).***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diatas, dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *tourism product* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis?
2. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis?
3. Bagaimana pengaruh *word of mouth* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *tourism product* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis.
2. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis.
3. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman tentang pengaruh *tourism product*, *destination image*, dan *word of mouth* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis.

1.4.2 Manfaat Empiris

Bagi pengelola wisata Pantai Air Manis bisa dijadikan bahan acuan untuk bisa mengembangkan dan mengelola Pantai Air Manis agar lebih bisa meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan angka kunjungan wisatawan ke wisata Pantai Air Manis.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya berfokus pada pengunjung obyek wisata Pantai Air Manis dan hanya meneliti tentang pengaruh *tourism product*, *destination image*, dan *word of mouth* terhadap *visit decision* wisatawan pada wisata Pantai Air Manis.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pembahasan desain penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, pengujian variabel, variabel penelitian dan operasional variabel, metode analisis data, metode *structural* atau uji hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V PENUTUP

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

