

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu sektor yang penting dalam perekonomian adalah pariwisata, terutama bagi daerah yang memiliki potensi wisata alam, seperti pantai. Indonesia merupakan negara dengan ribuan pulau, keanekaragaman alam yang memukau, serta beragam suku bangsa, membuat Indonesia memiliki peluang besar dalam sektor pariwisata alam.

Kabupaten Sumenep merupakan salah satu wilayah Kabupaten yang terletak di ujung timur di Madura. Kabupaten Sumenep memiliki beberapa pulau kecil disekitarnya, dan keadaan alam di kawasan perairan Kabupaten Sumenep memiliki berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai tempat wisata. Pantai Slopeng adalah salah satu tempat wisata yang ada pada Kabupaten Sumenep, Pantai ini dikenal dengan pasir putihnya yang luas dan ombak yang tenang, yang menjadikan destinasi yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dari luar pulau. Pantai Slopeng dikelola oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Dibudparpora).

Keindahan pantai ini menjadi tempat yang sempurna untuk bersantai dan menikmati keindahan alam. Namun banyak pengunjung yang memberikan kritika negatif dan banyaknya keluhan tentang Pantai Slopeng, kritikan tersebut mereka sampaikan di google maps pada bagian ulasan. Sebagian besar kritik yang disampaikan adalah tentang banyaknya sampah yang berserakan, beberapa fasilitas

rusak, tidak adanya homestay sehingga wisatawan tidak bisa menikmati keindahan pantai 24 jam, kurangnya perawatan pada tempat wisata, adapun yang mengeluhkan dan area parkir yang kurang luas.

Hal ini bisa membuat persepsi atau gambaran pengunjung pada wisata Pantai Slopeng menjadi negatif dan pengunjung tidak merasakan kepuasan pada wisata tersebut, sehingga berkurangnya loyalitas pada pengunjung. Untuk itu wisata pantai slopeng perlu pengembangan wisata agar tidak kalah saing dengan tempat wisata lainnya. Pertumbuhan industri pariwisata selalu diiringi dengan persaingan ketat di antar para pengelola destinasi wisata yang makin kompetitif. Tujuan dari persaingan ini dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisata. Untuk itu ditengah persaingan yang semakin ketat dengan destinasi wisata lainnya sangat diperlukan untuk mengetahui hal yang bisa mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung.

Citra destinasi merupakan persepsi atau gambaran yang terbentuk di benak pengunjung mengenai suatu tempat wisata. Membangun citra merupakan langkah yang sangat penting dalam proses menentukan destinasi wisata. Hal tersebut diibaratkan bahwa pengalaman mengunjungi tempat wisata dapat memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Citra destinasi secara positif mempengaruhi kepuasan pengunjung dengan hubungan yang kuat, dan akan bermanfaat bagi pemasar destinasi untuk berupaya meningkatkan citra destinasi untuk berkontribusi pada tingkat kepuasan yang lebih besar (Dweik, 2020). Citra yang positif dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung, memperpanjang waktu berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang

lain, selain itu semakin baik citra sebuah destinasi wisata, semakin positif juga wisatawan, yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas dari pengunjung.

Produk wisata mencakup seluruh layanan yang dinikmati, dialami, atau dirasakan oleh wisatawan sejak mereka berangkat dari tempat tinggal hingga kembali ketempat asalnya (Rafika & Nugroho, 2021). Menurut Muljadi dalam Safitri et al., (2020) dimensi produk wisata yang digunakan sebagai alat ukur meliputi daya tarik wisata, fasilitas dan layanan pendukung, serta kemudahan aksesibilitas. Kepuasan pengunjung tidak hanya disebabkan oleh keindahan alam, tetapi juga pengalaman keseluruhan yang mereka dapatkan selama berkunjung. Pantai Slopeng memiliki keindahan pantai yang sempurna harus juga didukung dengan produk wisata untuk menarik wisatawan dan dapat menciptakan loyalitas pada pengunjung.

Kepuasan pengunjung merupakan salah satu indikator utama dalam kesuksesan sebuah destinasi wisata. Tingkat kepuasan yang dirasakan pengunjung akan mempengaruhi seseorang untuk menunjukkan loyalitas terhadap tempat wisata yang pernah dikunjungi. Hal ini terlihat dari keinginan mereka untuk kembali berkunjung serta bersedia memberikan rekomendasi tempat wisata tersebut kepada orang lain (Hidayatullah et al., 2020).

Loyalitas pengunjung sangat penting bagi keberlanjutan destinasi wisata (Hidayatullah et al., 2020). Loyalitas destinasi menunjukkan bahwa wisatawan memiliki keterikatan psikologis yang tinggi dan kepercayaan yang tinggi terhadap

destinasi wisata, dan pembelian berulang serta rekomendasi produk biasanya dianggap sebagai kriteria penting untuk mengukur loyalitas destinasi (Lu et al., 2023). Ada pengaruh positif yang kuat dari kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung (Ovidiu-iaon et al, 2021). Menurut penelitian Trisnawati & Wibisono, (2022) dalam penelitiannya produk wisata tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen. Rahmiati et al., (2020) terdapat pengaruh signifikan ketersediaan produk wisata terhadap kepuasan wisatawan pada pariwisata Indonesia.

Penelitian ini akan membahas mengenai bagaimana citra destinasi dan produk wisata mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pengunjung Pantai Slopeng. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk pemerintah daerah dan para pelaku sektor wisata dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di Kabupaten Sumenep.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yaitu, sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Slopeng?
2. Apakah produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Slopeng?
3. Apakah kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung Pantai Slopeng?

4. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung Pantai Slopeng?
5. Apakah produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung Pantai Slopeng?
6. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung Pantai Slopeng?
7. Apakah Produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan Pantai Slopeng?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Pantai Slopeng.
2. untuk mengetahui pengaruh produk wisata terhadap kepuasan pengunjung Pantai Slopeng.
3. untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengujung terhadap loyalitas Pantai Slopeng.
4. untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas pengunjung Pantai Slopeng.
5. untuk mengetahui pengaruh produk wisata terhadap loyalitas pengunjung Pantai Slopeng.
6. untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung Pantai Slopeng.

7. untuk mengetahui pengaruh Produk wisata terhadap loyalitas melalui kepuasan Pantai Slopeng.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sebagai tambahan dan pengetahuan serta pengalaman dalam melakukan kunjungan ke suatu tempat sehingga kunjungan kembali dapat dilakukan berdasarkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat tersebut.

1. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Universitas Trunojoyo Madura sebagai koleksi kumpulan penelitian yang nantinya bisa digunakan dalam acuan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah pemahaman ilmiah dan menjadi salah satu cara untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan, khususnya pada ilmu manajemen pemasaran. Serta dapat dijadikan perbandingan atau pembandingan untuk faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan berkunjung kembali pada suatu tempat.

3. Bagi pembuat kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen atau pengelola setempat dalam pengembangan Pantai Slopeng, Kabupaten Sumenep sebagai destinasi wisata yang dapat diminati oleh segala kalangan dan dapat menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata yang lebih baik lagi oleh pemerintah atau lembaga terkait lainnya.