

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam menjalankan suatu kegiatan usaha yang bergerak di sektor jasa dibutuhkan strategi pemasaran jasa untuk mencapai keunggulan bersaing. Pemasaran memiliki peranan yang krusial bagi pelaku usaha karena tinggi rendahnya penjualan dan pengunjung ditentukan dengan sistem pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran jasa seringkali dikaitkan dengan konsep Bauran Pemasaran Jasa yang menyediakan kerangka kerja bagi manajemen organisasi untuk mengimplementasikan strategi bisnis yang efektif dalam konteks persaingan global (Halim *et al.*, 2021). Untuk memuaskan pelanggan dan mencapai target pemasaran, sebuah kerangka kerja yang mencakup tujuh aspek utama (7P) yaitu produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik (7P) (Souar *et al.*, 2015)

Industri pariwisata kini bukan lagi sekedar mengandalkan daya tarik alam dan budaya, melainkan telah berkembang menjadi sektor kompleks yang memerlukan pengelolaan optimal. Faktor-faktor seperti infrastruktur, souvenir, akomodasi, kuliner lokal, dan jasa perjalanan juga memegang peranan penting dalam pengalaman wisatawan (Basri, 2019). Agar dapat memicu rasa puas yang muncul pada pengunjung wisata. Sebab tanpa kepuasan wisatawan, keberlanjutan sebuah destinasi wisata sulit untuk diwujudkan (Sappewali *et al.*, 2022).

Sebagai ikon pariwisata unggulan, Pantai Lombang di Desa Lombang, Kecamatan Batang-Batang, menawarkan panorama alam yang menawan. Kabupaten Sumenep yang mengusung *branding* “*The Soul of Madura*” memanfaatkan potensi ini bersama dengan kekayaan budaya lainnya, untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara yang bertujuan meningkatkan pendapatan daerah.

Berdasarkan data Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Sumenep pariwisata di Kabupaten Sumenep pada tahun 2024 di Tabel 1.1 mengalami tren peningkatan kunjungan wisatawan meskipun juga sempat terdampak pada saat wabah pandemi Covid-19 merebak.

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kab. Sumenep**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kab. Sumenep</b> |
|--------------|---------------------------------------------------|
| 2018         | 1.457.749                                         |
| 2019         | 1.496.874                                         |
| 2020         | 168.775                                           |
| 2021         | 248.158                                           |
| 2022         | 1.057.434                                         |
| 2023         | 1.533.385                                         |

Sumber : DISBUDPORAPAR Kab. Sumenep, 2024

Namun demikian, pantai Lombang memiliki beberapa persoalan seperti adanya fluktuasi atau naik turun jumlah kunjungan wisatawan yang tentu nya juga akan memengaruhi pendapatan masyarakat sekitar yang bergantung pada sektor pariwisata Pantai Lombang Kabupaten Sumenep juga akan mengurangi potensi pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sumenep. Adapun data pengunjung Wisata Pantai Lombang pada Tabel 1.2 sebagai berikut :

**Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pantai Lombang**

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Kunjungan Wisatawan di Pantai Lombang</b> |
|--------------|-----------------------------------------------------|
| 2018         | 74.383                                              |
| 2019         | 39.757                                              |
| 2020         | -                                                   |
| 2021         | 13.536                                              |
| 2022         | 39.820                                              |
| 2023         | 24.752                                              |

Sumber : DISBUDPORAPAR Kab. Sumenep, 2024

Disamping persoalan lain seperti adanya praktik tidak jujur dan nir etika terkait barang dagangan oleh pedagang sekitar (Rahmawati & Faraby, 2023) Faktor tanaman cemara udang kini dapat ditemui di berbagai pantai lain, dan kurangnya perawatan (Ulfarida, 2019). Minimnya kegiatan yang diselenggarakan oleh POKDARWIS (Asih & Andrianingsih, 2024).

Dengan kemudahan akses dan beragam pilihan alternatif sebuah lokasi wisata perlu memiliki atribut wisata pendukung yang memadai yang seringkali disebut dengan Citra Destinasi. Citra merujuk pada konstruksi mental individu yang mencakup keyakinan, gagasan, dan representasi visual terkait suatu objek wisata (Kotler & Amstrong, 2014). Kajian yang diteliti oleh Waluyo *et al* (2022); Foster & Sidharta (2021); Malikhah *et al* (2023); Sappewali *et al* (2022) menyatakan citra destinasi mempengaruhi minat berkunjung kembali. Sedangkan penelitian Nurbasari *et al* (2024); Sulistyanda *et al* (2022) menemukan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Harga yang terlalu tinggi dapat menghambat daya saing dan mengurangi jumlah pengunjung karena tidak terjangkau, sehingga pengelola wisata perlu menetapkan harga yang sesuai harapan wisatawan (Putri *et al.*, 2023). Kajian yang dilaksanakan oleh Waluyo *et al* (2022) menyatakan harga memiliki

pengaruh positif dengan kepuasan pengunjung. Sedangkan kajian yang dilaksanakan oleh Khansa & Farida (2016) menyatakan harga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung.

Dengan memberikan layanan yang memuaskan dan baik terhadap pengunjung Pantai Lombang diharapkan akan timbul rasa puas dan berkeinginan datang kembali di masa depan. Menurut Pallefi & Widiarto (2017) menyatakan tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan harapan pelanggan merupakan indikator kualitas layanan. Kajian yang dilaksanakan oleh Putri *et al* (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Namun, Nurbasari *et al* (2024); Silalahi & Hutama (2023) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang.

Aspek kualitas produk, atraksi dan keindahan destinasi wisata menjadi salah satu dari sekian komponen yang dapat memicu kepuasan pengunjung (Faturrohman & Kurriwati, 2022). Menurut Nurbasari *et al* (2024) Kepuasan yang didapat merefleksikan tercapainya harapan dan kebutuhan pengunjung selama kegiatan berlibur. Penelitian oleh Waluyo *et al* (2022); Fitriya (2023); Foster & Sidharta (2021); Nurbasari *et al* (2024) menyatakan kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Kepuasan wisatawan mampu memediasi citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali (Kadi *et al.*, 2021; Malikhah *et al.*, 2023). Variabel kepuasan memediasi variabel harga dan citra destinasi terhadap niat

berkunjung kembali dengan menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel tersebut (Jannah & Septiyanti, 2022; Khansa & Farida, 2016). Kepuasan pengunjung mampu memberi pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali (Septianing & Farida, 2021; Silalahi & Utama, 2023). Sedangkan kepuasan tidak mampu memediasi citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali (Sulistyanda *et al.*, 2022)

Niat kunjung berulang terbentuk sebagai dampak dari persepsi yang dirasakan oleh pengunjung dengan faktor-faktor pembentuk yang mendasarinya. Oleh karena itu penting dalam pengelolaan dan tata kelola yang baik agar Pantai Lombang dapat menarik banyak pengunjung, tidak hanya sekali kunjungan namun juga dalam jangka panjang.

Berdasarkan uraian diatas dengan mempertimbangkan fenomena yang terjadi dalam bidang pariwisata serta adanya *gap research* penelitian terdahulu oleh penelitian Nurbasari *et al* (2024) dan Sulistyanda *et al* (2022) serta Silalahi & Utama (2023) berpendapat bahwa citra destinasi dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, penulis memutuskan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul pengaruh citra destinasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. Dimana pantai ini merupakan salah satu wisata bahari unggulan daerah tersebut.

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
2. Apakah terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
3. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
4. Apakah terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
5. Apakah terdapat pengaruh positif harga terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
6. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
7. Apakah terdapat pengaruh positif kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
8. Apakah terdapat pengaruh positif citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
9. Apakah terdapat pengaruh positif harga terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
10. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
6. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
8. Untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
9. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
10. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya temuan penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dalam perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan di beragam rumpun ilmu terutama dalam konteks pengembangan pemasaran bisnis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi baru yang dapat memperkaya dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan. Adapun manfaat secara teoritis yaitu dapat digunakan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan akademis serta menambah daftar kajian penelitian tentang Citra Destinasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan yang berpengaruh positif terhadap Minat berkunjung kembali secara langsung maupun tidak langsung melalui Kepuasan Pengunjung.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Hasil dari temuan penelitian diharapkan mampu berguna bagi peneliti dan menambah khasanah keilmuan bagi peneliti selanjutnya dalam penelitian yang berbeda sebagai data literatur tambahan bagi penggiat akademis dan mahasiswa manajemen pemasaran.

#### **b. Bagi Pengelola Wisata**

1. Peningkatan citra wisata. Temuan penelitian dapat dijadikan wawasan tambahan mengenai bagaimana dampak citra destinasi yang melekat berdampak positif terhadap kepuasan pengunjung

dan terhadap minat berkunjung kembali baik secara langsung maupun tidak langsung. Ini dapat membantu pihak pengelola wisata membangun *branding* yang baik dan sesuai.

2. Peningkatan pendapatan wisata. Temuan penelitian ini dapat menjadi faktor pertimbangan dalam penetapan harga barang dan jasa yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung dan minat mereka untuk berkunjung kembali yang mana dapat meningkatkan potensi penerimaan objek wisata.
3. Peningkatan kualitas pelayanan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai dampak faktor pelayanan yang diberikan atau diterima pengunjung akan keinginan mereka berkunjung kembali dan kepuasan yang timbul. Dengan informasi ini pihak pengelola dapat senantiasa memaksimalkan dan mengoptimalkan pelayanan yang diberikan.
4. Peningkatan kepuasan pengunjung wisata. Informasi yang terdapat pada penelitian ini diharapkan dapat memahami faktor-faktor muncul perasaan puas dalam benak pengunjung wisata. Sehingga, pihak pengelola wisata tidak mengesampingkan kepuasan pengunjung dan dapat fokus untuk membenahi faktor-faktor pembentuk kepuasan sehingga objek wisata Pantai Lombang dapat berjalan secara berkelanjutan.
5. Peningkatan minat kunjungan ulang. Dengan memahami dampak citra destinasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat

berkunjung kembali. Pengelola wisata dapat merancang dan mengaplikasikan strategi efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan di Pantai Lombang dan membentuk loyalitas pengunjung.

**c. Bagi Pemerintah Daerah**

1. Penelitian ini berisi temuan yang diharapkan mampu menjadi informasi tambahan yang valid dan akurat mengenai pengaruh citra destinasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung dan minat berkunjung kembali secara langsung dan tidak langsung. Di Wisata Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. Temuan penelitian yang mengandung informasi dan data dapat meningkatkan kinerja pemasaran setempat sebagai dasar kajian strategis dan evaluasi perencanaan pemasaran.
2. Temuan penelitian diharapkan mampu memberikan umpan balik yang konstruktif dalam penerapan strategi pemasaran jasa bagi pemerintah daerah dalam pengelolaan wisata di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. Dimana strategi pemasaran jasa dapat menjadi pedoman pengembangan objek wisata yang berkelanjutan.
3. Hasil penelitian juga diharapkan mampu memberikan manfaat ekonomis seperti devisa, retribusi, penerimaan pajak hingga pembukaan lapangan pekerjaan baru dan kesejahteraan sosial baik bagi pemerintah daerah sebagai pengelola wisata dan juga bagi

masyarakat sekitar yang mengandalkan wisata Pantai Lombang sebagai sumber pemasukannya.