

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang harus diperhatikan agar dapat berkembang dengan baik. Adanya pengembangan pariwisata dapat meningkatkan komoditas di daerah yang berpotensi untuk meningkatkan pendapatan di sektor pariwisata. Pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kesejahteraan nasional. Pariwisata merupakan salah satu aset yang digunakan sebagai sumber penghasilan suatu daerah ataupun suatu negara karena dinilai menguntungkan bagi suatu wilayah untuk berkembang. Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang disediakan pemerintah daerah, pengusaha dan masyarakat.

Madura memiliki potensi pariwisata yang menarik untuk dikunjungi. Pulau madura memiliki keanekaragaman bentuk alam yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi wisata alam. Wisata alam adalah suatu kegiatan untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam. Wisata alam merupakan suatu kegiatan wisata yang menjadikan alam sebagai objek utama dan bertujuan memberikan informasi serta pengalaman mengenai keadaan alam di daerah tersebut (Kristiana et al., 2018).

Salah satu kabupaten yang sedang berkembang dalam bidang pariwisata di Madura adalah Kabupaten Pamekasan. Kabupaten Pamekasan memiliki keanekaragaman wisata alam diantaranya pantai Talang Siring, pantai Jumiang, pantai Padelegan, Api tak kunjung padam, dan Puncak Ratu. Wisata puncak ratu berlokasi di Desa Tebul Barat, Kecamatan Pegantenan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur. Wisata Puncak Ratu diresmikan dan dioperasikan pada bulan Desember 2018. Wisata puncak ratu adalah salah satu wisata alam yang memanfaatkan perbukitan sebagai salah satu objek wisatanya. Wisata puncak ratu menawarkan pemandangan alam yang luar biasa menawan dan udara yang sejuk. Keindahan alam dan panorama suatu wisata dengan pemandangan yang indah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan di Puncak Ratu.

Tabel 1. 2 Jumlah Pengunjung Puncak Ratu

Periode	Jumlah Pengunjung
Juli 2022	4.314
Agustus 2022	3.275
September 2022	2.320

Sumber : Wisata Puncak Ratu

Pada tabel 1.1 menunjukkan angka pengunjung tertinggi pada bulan Juli. Namun bulan agustus dan September mengalami penurunan, dimana hal ini terjadi dikarenakan fasilitas yang terdapat di wisata Puncak Ratu masih kurang memadai seperti tempat istirahat atau gazebo yang disediakan tidak cukup dan jalan akses serta rambu-rambu penunjuk jalan yang masih kurang, sehingga pengunjung kebingungan. Jumlah kunjungan yang rendah perlu ditingkatkan agar pendapatan wisata dapat meningkat. Peningkatan pendapatan akan meningkatkan keuntungan bagi tempat wisata tersebut. Keuntungan yang diperoleh dapat digunakan pengelola untuk menambah fasilitas di tempat wisata, dan akan menambah pendapatan. Penurunan pendapatan yang dialami oleh objek wisata juga membuat pengelola kesulitan untuk melakukan pengembangan fasilitas yang ada dalam objek wisata karena keterbatasan dana. Untuk itu jumlah kunjungan wisatawan harus ditingkatkan agar pendapatan yang diperoleh meningkat dan pengelola dapat melakukan pengembangan objek wisata menjadi lebih baik.

Menurut Isdarmanto (2017:71) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berwisata yaitu faktor rasional dan irrasional. Salah satu faktor rasional yaitu fasilitas. Fasilitas memiliki peran penting dalam keberlangsungan sebuah usaha. Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memudahkan dalam melakukan aktivitas oleh konsumen sehingga kebutuhannya dapat terpenuhi (Sirait, 2021). Bagi industri pariwisata, fasilitas dapat diartikan sebagai daya tarik wisatawan untuk dijadikan sebuah keputusan berkunjung ke objek wisata. Observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, objek wisata puncak ratu memiliki fasilitas yang kurang maksimal dalam pengelolaannya yaitu seperti spot foto yang dirasa kurang aman dikarenakan berada pada ketinggian bukit. Namun, kurang adanya pagar pembatas spot foto

yang tidak dilakukan perbaikan secara berkala dan tidak adanya pengawasan dari pengelola wisata. Toilet yang jumlahnya masih sedikit dan kurang bersih akan membuat pengunjung merasa kurang nyaman dalam penggunaannya. Tempat sampah yang jumlahnya masih terbatas sehingga membuat banyak sampah yang berserakan di sekitar wisata. Serta pengelolaan parkir yang kurang aman jauh dari pengawasan pengelola wisata. Ketidaknyamanan yang dirasakan pengunjung akan menjadi kesan yang kuat di benak para pengunjung.

Pengunjung yang mengenal internet akan menjadikan sebuah media dalam berbagi informasi dan akan membagikan kesannya terhadap suatu objek wisata di media sosial (Sari et al., 2021). Penyebaran informasi dari seseorang melalui media elektronik disebut Electronic Wourd Of Mouth. Electronic Wourd Of Mouth adalah pernyataan positif dan negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, aktual, atau mantan pelanggan mengenai suatu produk, layanan atau destinasi yang dibuat tersedia untuk banyak orang melalui internet (Hennig-Thurau et al., 2004). Setiap konsumen yang sudah mengkonsumsi suatu produk akan memberikan penilaian sendiri untuk produk tersebut, apabila konsumen merasa puas atau tidak puas maka konsumen tersebut akan menceritakan review produk tersebut ke orang lain. Melalui adanya Electronic Wourd Of Mouth wisatawan dapat berinteraksi dengan wisatawan lain untuk mengulas tujuan wisata. Sehingga dengan adanya gambaran umum melalui interaksi tersebut calon wisatawan dipermudah dalam melakukan pengambilan keputusan tujuan wisata (Romadhon et al., 2021). Di era digital, Electronic Wourd Of Mouth yang mudah ditemukan dalam pemberian penilaian atas sesuatu mengenai destinasi yaitu ulasan di google.

Berikut ulasan mengenai objek wisata puncak ratu pamekasan :



Gambar 1. 2 Ulasan Tentang Wisata Puncak Ratu

Sumber : google

Gambar 1.1 menunjukkan ulasan yang ditemukan di google mengenai keadaan wisata puncak ratu pamekasan yang kurang bersih, terdapat banyak sampah yang berserakan dan keadaan toilet yang bau. Selain itu terlihat ulasan berupa kurangnya keamanan seperti pembatas dan ada sebagian yang sudah patah dalam spot foto yang berada di ketinggian bukit. Di era sekarang ini, ulasan menjadi referensi bagi seseorang dalam menentukan keputusan kunjungan dalam objek wisata. Beberapa ulasan melalui google review menunjukkan adanya pengalaman negatif dari ulasan pengunjung yang menyatakan kekecewaannya selama melakukan kunjungan ke wisata puncak ratu pamekasan.

Menurut Listyawati, (2019) Citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya. Faktor persepsi akan digunakan oleh individu dalam menentukan pilihan, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi agar tercipta gambaran mengenai suatu objek wisata yang dapat terbentuk di benak seseorang dari hasil menggali informasi, baik informasi dari mulut ke

mulut, maupun informasi dari internet. Menurut Alcázar et al., (2014) bagi calon wisatawan, rekomendasi dan komentar dari wisatawan lain merupakan sumber informasi penting yang dapat membentuk citra destinasi. Citra destinasi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan wisatawan (Moreira & Iao, 2014). Setiawan et al., (2019) mengatakan citra destinasi mampu menggerakkan dan mendorong wisatawan menentukan pilihan destinasi wisatanya. Pengalaman berkunjung memiliki pengaruh besar terhadap pengembangan citra destinasi (Reza et al., 2013). Pengalaman kunjungan yang positif akan menghasilkan citra yang positif terhadap suatu destinasi wisata. Hal ini akan berdampak pada keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke destinasi wisata. Wisata Puncak Ratu sebagai destinasi wisata diharapkan memiliki citra yang kuat kepada wisatawan agar kepuasan wisatawan yang berkunjung dapat meningkat dan dengan harapan akan berkunjung kembali serta merekomendasikan kepada orang lain untuk berkunjung.

Menurut Sari et al., (2021) faktor berupa fasilitas, Electronic Wourd Of Mouth , dan citra destinasi akan dinilai oleh calon wisatawan dan akan membentuk suatu sikap. Sikap yang terbentuk akan menjadi dasar pertimbangan bagi wisatawan untuk menentukan perilaku yang selanjutnya akan dilakukan. Faktor-faktor yang membentuk sikap ini diharapkan mampu membentuk suatu perilaku baik yaitu keputusan dalam berkunjung, Dengan harapan sikap baik yang terbentuk dari faktor Fasilitas, Electronic Wourd Of Mouth, dan citra destinasi akan meningkatkan jumlah kunjungan ke wisata Puncak Ratu.

Faktor fasilitas, Electronic Wourd Of Mouth , dan citra destinasi sangat penting bagi para pengunjung. Karena hal tersebut mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih suatu destinasi wisata. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti tentang hal ini dengan judul “ Pengaruh Fasilitas, Electronic Wourd Of Mouth , dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Puncak Ratu Pamekasan”

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah fasilitas memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung pada wisata Puncak Ratu.

2. Untuk mengetahui apakah *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada wisata Puncak Ratu.
3. Untuk mengetahui apakah citra destinasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung pada wisata Puncak Ratu.
4. Untuk mengetahui apakah fasilitas, *Electronic Word Of Mouth*, dan citra destinasi memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung pada wisata Puncak Ratu.

1.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
- H2 : Electronic word of mouth secara parsial berpengaruh terhadap keputusan berkunjung
- H3 : Citra destinasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan berkunjung
- H4 : Fasilitas, electronic word of mouth, dan citra destinasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung

1.4. Luaran Penelitian

Luaran yang ditargetkan dalam penelitian ini yaitu laporan kemajuan, laporan akhir penelitian, logbook kegiatan, poster, publikasi ilmiah jurnal.