

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan pembangunan tercepat dengan banyak potensi dan telah menjadi salah satu penggerak utama system ekonomi di banyak negara (Kazemian *et al.* 2020) dan berdasarkan sensus organisasi pariwisata dunia (UNWTO, 2022). Industri pariwisata telah mengubah kehidupan banyak orang dengan memacu pembangunan dan pertumbuhan, menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan (Webster and Ivanov, 2014). Kunjungan wisata pada tahun 2019 dan 2020 telah terjadi penurunan sebesar 74% dari \$1,5 miliar menjadi sekitar 381 juta wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dan menyebabkan titik rendah kunjungan wisatawan (World Bank, 2021). Kunjungan wisatawan mancanegara hampir tiga kali lipat mengalami peningkatan pada bulan Januari-Juli 2022, dibandingkan dengan periode tahun 2021 (UNWTO, 2022). Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan wisata tersebut seperti inflasi, lonjaknya harga minyak, ketergantungan ekonomi pada pariwisata, dan lemahnya pasar domestik (UNWTO, 2022; World Bank, 2021). Mengingat pariwisata adalah sektor yang memegang peranan penting dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara, maka berkembangnya industri pariwisata akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan devisa negara (Munanda and Amar, 2019). Kunjungan wisata juga terjadi pada negara Indonesia.

Salah satu negara yang memiliki banyak pulau ialah Indonesia. Negara tersebut mempunyai peluang besar untuk mengembangkan industri pariwisatanya serta potensi besar yang dimiliki Indonesia. Kunjungan wisatawan mancanegara

ke Indonesia di bulan Januari mencapai 143.744 jiwa (BPS, 2022). Sedangkan pendapatan negara saat itu mengalami defisit dan pembiayaan anggaran sebesar Rp 868,0 T (Kemenkeu, 2022). Berdasarkan permasalahan di atas, krisis ekonomi secara global yang terjadi di Indonesia akan mempengaruhi kinerja keuangan (World Bank, 2021). Oleh karena itu, kinerja keuangan pada industri pariwisata penting untuk dikaji, karena kontribusi sektor pariwisata di Indonesia masih sangat kecil terhadap produk domestik bruto (Sucipto, 2016).

Pengukuran kinerja keuangan ini menarik bagi *balanced scorecard* dengan mengimplementasikan perencanaan dan pelaksanaan strategi serta mendorong perbaikan mendasar untuk meningkatkan laba perusahaan (Nubel, 2016). Ada banyak cara untuk mengukur kinerja keuangan, misalnya pendapatan penjualan menunjukkan berapa banyak keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dari penjualan dan laba atas aset yang menjelaskan kegunaan (Almajali *et al.* 2012). Luo (2018) menunjukkan bahwa masih kurangnya terminologi dasar terkait kinerja keuangan di destinasi wisata. Kinerja keuangan di destinasi wisata dapat dikaitkan dengan teori *stakeholder*. Karena, teori *stakeholder* yaitu kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi dari hasil tujuan perusahaan.

Kinerja keuangan adalah prospek pertumbuhan dimasa depan dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Informasi kinerja keuangan diperlukan untuk menilai potensi sumber daya ekonomi, yang akan dikendalikan di masa depan dan untuk memproyeksikan kapasitas produksi sumber daya yang ada (Barlian, 2003). Kinerja keuangan pada penelitian ini yaitu kinerja keuangan yang ada di destinasi wisata. Kinerja keuangan di destinasi wisata dapat diukur dengan 4e, diantaranya yaitu ekonomi, efisiensi, efektivitas, dan ekuitas (Luo, 2018). Berikut penjelasan dari 4e yang menjadi topik penelitian ini.

Ekonomi, yaitu mengacu pada sejauh mana kontribusi pariwisata terhadap pembangunan ekonomi daerah, terutama melalui pertumbuhan fiskal. Pangsa pariwisata terhadap PDB dan rata-rata tingkat pertumbuhan output pariwisata tahunan dipilih sebagai indikator utama (Luo, 2018). Efisiensi, mengacu pada rasio antara input dan output pembangunan pariwisata (Andrews and Entwistle, 2010; Keh, 2006; Luo, 2018). Efektivitas, mengukur hasil yang dicapai yang berkaitan dengan tujuan pengembangan pariwisata (Luo, 2018). Ekuitas yaitu mengacu pada kesejahteraan masyarakat, bahwa masyarakat mendapatkan manfaat dari pengembangan pariwisata (Andrews and Entwistle, 2010; Timothy, 2006, 1999; Luo, 2018). Kinerja keuangan yang baik dapat dipengaruhi dengan adanya pengelolaan risiko keuangan yang baik (Pan *et al.* 2021) dan juga reputasi yang positif (Odriozola *et al.* 2018).

Faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan adalah risiko keuangan (Pan *et al.* 2021). Risiko keuangan didefinisikan sebagai sasaran terhadap peluang kerugian, atau peluang berbahaya (Dictionary, 1999) dan potensi kehilangan sesuatu yang bersifat nilai (Priest, 1990). Ada beberapa faktor risiko keuangan diantaranya adalah kehilangan uang atau membuang-buang uang jika layanan tidak sesuai, menjual produk yang kurang baik atau palsu, tidak memberikan kepuasan pada wisatawan (Schiffman and Kanuk, 1991), harga makanan dan minuman sangat mahal, serta harga tiket yang tidak terjangkau (Li and Pearce, 2016; Pearce, 2011). Adapun penelitian terdahulu yaitu Laan *et al.* (2022), Lee *et al.* (2013), Loghin, (2016), Ratama *et al.* (2022) yang menunjukkan bahwa risiko keuangan berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan. Adanya risiko keuangan yang tinggi dapat mempengaruhi kinerja keuangan karena tidak ada pemasukan dan akan merugikan. Penelitian Galeazzo *et al.* (2021) menyatakan

bahwa risiko keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Akan tetapi, pada penelitian Kosenius *et al.* (2020) menunjukkan bahwa adanya risiko keuangan berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja keuangan.

Faktor lainnya yaitu, reputasi destinasi wisata (Odriozola *et al.* 2018). Reputasi destinasi wisata dapat menghasilkan keunggulan kompetitif bagi destinasi wisata karena karakteristiknya yang spesifik (Barney, 1991). Reputasi destinasi wisata adalah persepsi yang menggambarkan keseluruhan perilaku organisasi dengan pemangku kepentingan yang berkembang dari waktu ke waktu (Helm, 2007). Citra destinasi wisata penting bagi pengelola wisata karena destinasi wisata sebagian besar bersaing berdasarkan citra yang dipersepsikan (Baloglu and Mangaloglu, 2001). Dengan adanya reputasi yang baik, citra yang baik, fasilitas dan pelayanan yang baik, maka pandangan seseorang terhadap destinasi wisata akan mendapatkan respon yang positif. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa reputasi destinasi wisata berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan (Odriozola *et al.* 2018; Putri and Hatane, 2016; Roberts and Dowling, 2002). Namun penelitian Sroufe and Gopalakrishna-Remani (2019) menunjukkan bahwa reputasi tidak berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan. Adanya kinerja keuangan yang baik maka terdapat *tourist intention* atau niat wisatawan untuk berkunjung.

Tourist intention atau niat wisatawan merupakan bentuk perilaku (*behaviour intention*) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali dan memberikan *word of mouth* yang positif (Wulanjani and Derriawan, 2017). Penelitian terdahulu berpendapat bahwa *tourist intention* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (Sangsubhan and Basri, 2012; Song and Lin, 2010). Namun, adanya risiko keuangan juga dapat mempengaruhi niat wisatawan. Pada penelitian

terdahulu Utama and Setiawan (2020), menunjukkan bahwa risiko keuangan berpengaruh negatif terhadap *tourist intention*. Karena wisatawan lebih memilih destinasi wisata yang lebih aman dan tidak merugikan bagi wisatawan (Promsivapallop and Kannaovakun, 2018). Tetapi pada penelitian Artuğer (2015) menunjukkan bahwa risiko keuangan berpengaruh signifikan terhadap *tourist intention* atau niat wisatawan. Adapula dengan adanya reputasi yang baik akan mempengaruhi niat wisatawan yang ingin berkunjung. Pada temuan sebelumnya yaitu Alvianna *et al.* (2020), Kanwel *et al.* (2019), Kim, (2018), Song *et al.* (2017) menunjukkan bahwa adanya reputasi yang baik dapat meningkatkan *tourist intention* atau niat wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian ini yaitu terdapat keterbaruan.

Keterbaruan dari penelitian ini adalah adanya variabel mediasi yaitu, *tourist intention* yang bertujuan untuk memperjelas antara variabel independen dan variabel dependen sehingga dapat menghasilkan hasil yang relevan. Ada beberapa penelitian yaitu, Hasan *et al.* (2020); He and Song, (2009) yang menggunakan *tourist intention* sebagai variabel mediasi. Dengan adanya *tourist intention* akan dibuktikan dengan hasil yang relevan dan penelitian ini akan memperluas temuan yang sudah diteliti secara empiris. *Tourist intention* menjadi perantara pengaruh antara risiko keuangan dan reputasi destinasi wisata terhadap kinerja keuangan.

Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh risiko keuangan dan reputasi destinasi wisata terhadap kinerja keuangan di destinasi wisata melalui *tourist intention* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan fenomena di atas, kinerja keuangan destinasi wisata mengalami penurunan yang diakibatkan berbagai macam krisis, salah satunya krisis ekonomi. Penelitian ini mengambil

sampel destinasi wisata di Madura. Karena, destinasi wisata di Madura saat ini sudah menjadi pusat wisata dalam hal atraksi, amenitas, dan aksesibilitas (Mayvani *et al.* 2022). Sehingga, destinasi wisata di Madura sangat penting dan menarik untuk diteliti mengenai kinerja keuangannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, ada beberapa rumusan masalah terkait penelitian ini yaitu, sebagai berikut :

1. Apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
2. Apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
3. Apakah *tourist intention* berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
4. Apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap *tourist intention*?
5. Apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap *tourist intention*?
6. Apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*?
7. Apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan
2. Untuk menguji apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap kinerja keuangan
3. Untuk menguji apakah *tourist intention* berpengaruh terhadap kinerja keuangan

4. Untuk menguji apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap *tourist intention*
5. Untuk menguji apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap *tourist intention*
6. Untuk menguji apakah risiko keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*
7. Untuk menguji apakah reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap keuangan melalui *tourist intention*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bahwa pengaruh risiko keuangan dan reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*. Dengan adanya pengaruh tersebut dapat mengetahui bahwa kinerja keuangan dapat bertambah nilainya karena ada pengaruh dari risiko keuangan, reputasi destinasi wisata, dan juga *tourist intention*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Manfaat Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti karena dapat menambah wawasan terkait pengaruh risiko keuangan, reputasi destinasi wisata terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*. Peneliti juga dapat menguji disetiap variabelnya dan menghasilkan data yang relevan.

1.4.2.2 Manfaat Bagi Pengelola

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pengelola wisata, dengan adanya penelitian ini pengelola dapat mengetahui pengaruh risiko keuangan, reputasi destinasi wisata berpengaruh terhadap kinerja keuangan melalui *tourist intention*. Sehingga dengan adanya hasil penelitian ini, pengelola bisa

mengevaluasi destinasi wisata agar sesuai apa yang diharapkan wisatawan agar niat berkunjung semakin meningkat dan dapat meningkatkan kinerja keuangan destinasi wisata.

1.4.2.3 Manfaat Bagi Pemerintah

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pemerintah, karena beberapa destinasi wisata ada dibawah naungan pemerintah dan ada beberapa destinasi wisata yang dikelola oleh perorangan atau kelompok. Adanya penelitian ini akan membuat pengelola wisata untuk mengevaluasi dan membuat strategi untuk meningkatkan niat wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata tersebut dan meningkatkan kinerja keuangan.

1.4.2.4 Manfaat Bagi Wisatawan

Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi wisatawan, yang dimana wisatawan akan lebih selektif dalam hal memilih tujuan wisata untuk dikunjungi. Wisatawan akan lebih hati-hati memilih tujuan wisata dari segi keamanan dan kenyamanannya juga.