

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata memiliki peranan yang sangat vital dalam menciptakan dan memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, Industri pariwisata turut merangsang kemajuan di berbagai sektor lain, seperti restoran, pemandu wisata, seniman, agen perjalanan, serta berbagai layanan pendukung lainnya. Dampak positif dari sektor ini juga dirasakan langsung oleh sektor-sektor terkait lainnya, seperti pembangunan infrastruktur jalan, pengembangan pelabuhan, serta peningkatan fasilitas sanitasi dan kesehatan. Selain itu, pariwisata turut mendukung berbagai proyek di berbagai sektor, baik di negara berkembang maupun maju. Secara keseluruhan, sektor ini merupakan salah satu sumber pendapatan nasional yang sangat penting, penggerak utama ekonomi global, dan telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap kesejahteraan nasional (Sabatini, 2023).

Pulau Madura menyimpan potensi pariwisata yang luar biasa, berkat pemandangan alamnya yang masih asri dan belum dikelola secara maksimal. Selain itu, lokasinya yang dekat dengan laut membuka peluang besar untuk mengembangkan Madura menjadi destinasi wisata yang menarik. Kabupaten Sampang di Madura, yang terletak di bagian tengah pulau, memiliki potensi wisata yang besar. Beberapa destinasi populer di antaranya Goa Lebar, Air

Terjun Toroan, Pantai Nepa, dan Pantai Lon Malang. Pantai Lon Malang, yang terletak di Desa Bira Tengah, Kecamatan Sukobanah, kini semakin ramai dikunjungi wisatawan. Dengan peningkatan pengunjung, fasilitas umum seperti toilet, tempat ibadah, dan gazebo pun mulai diperbaiki. Selain itu, warga setempat juga telah mulai mengambil inisiatif untuk membuka warung kuliner, seperti bakso, rujak, dan hidangan lainnya.

Pantai Lon Malang di Sampang dipilih sebagai lokasi penelitian dengan berbagai pertimbangan. Keunikan pantai ini serta daya tariknya yang besar bagi wisatawan menjadi faktor utama, selain itu, jumlah pengunjungnya juga lebih tinggi jika dibandingkan dengan objek wisata lain di Sampang. Letaknya yang strategis, berdekatan dengan beberapa destinasi wisata lainnya seperti pantai-pantai di Kecamatan Tanjung Bumi Bangkalan, Air Terjun Toroan Sampang, dan kawasan ekonomi khusus Hutan Kera Nepa, juga menjadi alasan kuat pemilihannya. Berbagai faktor turut memengaruhi daya tarik Pantai Lon Malang dalam membangun loyalitas pengunjung, termasuk keindahan alam, fasilitas yang tersedia, citra destinasi, tingkat kepuasan pengunjung, kualitas layanan, dan aspek lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan pengelola wisata, jumlah pengunjung Pantai Lon Malang tercatat sebanyak 69.487 wisatawan pada tahun 2021, meningkat menjadi 138.025 wisatawan pada tahun 2022, dan sedikit naik menjadi 138.272 wisatawan pada tahun 2023. Untuk mempermudah pengembangan ekowisata, disarankan agar pemerintah pusat dan pemerintah daerah memberikan insentif

serta kemudahan dalam proses pengembangannya menurut (Huda & Chrismardani, 2023).

Menumbuhkan persepsi yang baik terhadap suatu destinasi wisata dapat memperkuat rasa puas dan loyalitas para pengunjung. Citra positif ini memiliki peranan yang sangat vital dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi para pengunjung, yang pada akhirnya akan mempererat hubungan mereka dengan destinasi tersebut. Menurut (Andreas & Tunjungsari, 2019) citra destinasi merujuk pada gambaran atau persepsi yang dimiliki pengunjung mengenai suatu objek wisata.

Setiap wisatawan memiliki pandangan yang berbeda, Hal ini dapat berdampak baik atau buruk. Karena itu, pengelola destinasi dihadapkan pada tantangan untuk menjaga dan melestarikan citra yang baik, sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman yang memuaskan. Pengalaman tersebut pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk kembali berkunjung dan membangun loyalitas terhadap destinasi tersebut.

Citra destinasi adalah gambaran yang terbentuk dalam pikiran individu tentang suatu tempat, yang mencakup pengetahuan, perasaan, dan persepsi mereka. Citra ini membentuk suatu kesatuan pandangan tentang tujuan perjalanan, yang dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang mereka kunjungi (Daffa & Ratnasari, 2022). Menurut (Hanif et al., 2016) Citra destinasi merujuk pada persepsi atau pemahaman tentang suatu tempat wisata serta pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan saat mengunjunginya.

Pengembangan destinasi pariwisata diharapkan dapat memenuhi harapan wisatawan, amat krusial untuk memperhatikan berbagai aspek yang bisa memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Sedangkan menurut (Paludi, 2016) Citra destinasi wisata mengacu pada rangkaian persepsi, gambaran, pemikiran, dan keyakinan yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu tempat tujuan. Persepsi dan pandangan ini mencakup berbagai faktor yang melekat pada destinasi, seperti kualitas infrastruktur, informasi geografis, kondisi iklim, nilai sejarah dan budaya, daya tarik wisata, tingkat keamanan, serta berbagai elemen lainnya. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, Secara umum, dapat dikatakan bahwa citra suatu destinasi mencakup semua informasi dan pandangan yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat wisata, baik yang sudah pernah dikunjungi maupun yang masih dalam rencana untuk dikunjungi.

Fasilitas merujuk pada segala hal yang memudahkan konsumen untuk mencapai kepuasan. Karena layanan bersifat intangible, tidak dapat dilihat, dirasakan, atau dicium, maka elemen fisik menjadi aspek penting dalam suatu pelayanan. Menurut (Sabatini, 2023) Fasilitas adalah sarana yang disediakan perusahaan untuk kenyamanan dan kepuasan konsumen, biasanya berupa peralatan fisik yang mendukung pengalaman pengguna. Menurut (Habibarrahman et al., 2022).

Fasilitas merujuk pada unsur fisik dan atmosfer yang dihasilkan dari rancangan luar dan dalam bangunan, yang disediakan oleh perusahaan untuk menciptakan rasa aman dan kenyamanan bagi para pelanggan. Fasilitas ini berperan penting dalam mempermudah serta memperlancar berbagai aktivitas,

sekaligus mendukung kelancaran operasional usaha atau kegiatan yang dilakukan (Amelia & Safitri, 2021) Fasilitas mengacu pada segala sumber daya fisik yang perlu disediakan terlebih dahulu agar layanan dapat diberikan kepada konsumen. Sementara itu, menurut (Amelia & Safitri, 2021) Fasilitas adalah komponen krusial dalam variabel pemasaran jasa, karena banyak layanan yang diberikan kepada pelanggan membutuhkan sarana pendukung untuk dapat disampaikan dengan baik.

Kepuasan wisatawan dapat dipahami sebagai respons emosional yang muncul dalam bentuk rasa gembira atau kekecewaan setelah merasakan pengalaman wisata. Untuk menilai tingkat kepuasan tersebut, beberapa aspek sering digunakan, seperti sejauh mana pengalaman yang didapat memenuhi ekspektasi, kecocokan antara harapan dan kenyataan, kepuasan terhadap keputusan untuk mengunjungi destinasi, serta kualitas layanan dan harga yang ditawarkan. Menurut (Aflrilian & Silvandi, 2022) Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan yang muncul ketika mereka membandingkan hasil atau kinerja yang diterima dengan harapan yang dimiliki. Berdasarkan pendapat (Habibarrahman et al., 2022), kepuasan tercapai apabila apa yang diperoleh konsumen sejalan dengan atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Jika hasilnya kurang, konsumen merasa kecewa, sedangkan jika lebih dari harapan, mereka merasa puas.

Loyalitas adalah keputusan sukarela yang dibuat oleh pelanggan untuk menunjukkan kesetiannya pada suatu perusahaan atau organisasi tertentu dalam jangka waktu yang lama. Dalam lingkungan bisnis, loyalitas dapat digunakan untuk menggambarkan kesediaan pelanggan untuk berlangganan pada suatu

perusahaan atau organisasi dalam waktu yang lama, berulang kali membeli dan menggunakan produk atau jasa, dan secara sukarela merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut (Yuliana & Punama, 2021), Loyalitas pelanggan Terkait dengan dedikasi pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau penyedia layanan, yang tampak melalui kesetiaan mereka dalam terus memberikan dukungan serta melakukan transaksi berulang secara teratur.

Kepuasan pelanggan yang tinggi adalah elemen krusial yang berperan dalam kesuksesan suatu perusahaan. Pelanggan yang setia adalah mereka yang merasakan kepuasan luar biasa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, atau merasa bahwa kebutuhan dan harapan mereka telah terpenuhi melalui produk atau layanan tersebut. Menurut (Habibarrahman et al., 2022) " Loyalitas dapat diartikan sebagai komitmen untuk terus memilih dan menggunakan produk atau layanan yang diinginkan di masa yang akan datang, meskipun ada pengaruh faktor luar atau taktik pemasaran yang berusaha mengalihkan minat dan keputusan konsumen.

Konsep loyalitas pelanggan lebih menekankan pada sikap dan pola perilaku yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya dalam membeli dan menggunakan produk. Sedangkan loyalitas wisatawan menggambarkan konsistensi mereka dalam mengunjungi destinasi yang sama, meskipun kompetitor menawarkan destinasi baru dengan kualitas yang lebih unggul (Wulandani, 2022).

Citra destinasi yang kurang dikenal dapat menghambat minat wisatawan untuk mengunjungi pantai Lon Malang, sehingga mempengaruhi tingkat kunjungan dan loyalitas mereka. Fasilitas wisata yang tidak memadai atau kurang

berkualitas dapat menurunkan kepuasan wisatawan, yang berdampak pada keputusan mereka untuk kembali ke destinasi tersebut. Selain itu, persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih populer dapat mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap pantai Lon Malang, sehingga penting untuk memahami pengaruh citra dan fasilitas terhadap loyalitas mereka. Dengan memperhatikan latar belakang permasalahan, peneliti berminat untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh, Citra Destinasi Dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Pada Pantai Lon Malang”**.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ilmiah, perumusan masalah memiliki peran yang sangat penting. Berikut adalah perumusan masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini:

1. Apakah citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang?
2. Apakah fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang?
3. Apakah citra destinasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang?
4. Apakah fasilitas wisata memengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang?
5. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas mereka terhadap objek wisata Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang?

C. Batasan penelitian

Penelitian ini memiliki batasan yang ditetapkan untuk menjaga fokus yang jelas dan relevansi dengan tujuan penelitian. Batasan-batasan tersebut antara lain:

1. Objek Penelitian: Fokus penelitian ini adalah pengunjung Wisata Lon Malang, dengan jumlah pengunjung yang tidak diketahui dan dijadikan sebagai populasi serta sampel.
2. Lokasi Penelitian: Penelitian ini dilakukan di Pantai Wisata Lon Malang yang terletak di Desa Birah Tengah, Kecamatan Sokobanah, Kabupaten Sampang.
3. Variabel Penelitian: Variabel yang dianalisis meliputi Citra Destinasi, Fasilitas Wisata, Kepuasan Wisatawan, dan Loyalitas Wisatawan.
4. Metode Penelitian: Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.
5. Skala Pengukuran: Data yang diperoleh diukur dengan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5 untuk menilai persepsi responden.
6. Lingkup Waktu: Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2024, dengan pengumpulan data yang berlangsung selama beberapa bulan pada tahun tersebut.
7. Analisis Data: Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Squares (PLS), yaitu metode analisis statistik multivariat yang mampu menangani berbagai variabel respon dan variabel eksplanatori secara bersamaan.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merujuk pada arah yang akan dicapai dalam penelitian ini. Masalah yang telah diajukan sebelumnya akan menjadi fokus utama dalam proposal penelitian ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis hubungan antara citra destinasi dan kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.
2. Menganalisis hubungan antara fasilitas wisata dan kepuasan wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.
3. Menganalisis hubungan antara citra destinasi dan loyalitas wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.
4. Menganalisis hubungan antara fasilitas wisata dan loyalitas wisatawan di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.
5. Menilai pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas mereka di Pantai Lon Malang, Kabupaten Sampang.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini mencakup hasil yang diharapkan setelah penelitian selesai, baik dari segi teoritis maupun praktis, yang memberikan keuntungan bagi peneliti, lembaga, dan masyarakat secara umum. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang topik yang diteliti, khususnya mengenai pengaruh harga dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan

pemahaman tentang pengaruh simultan antara harga dan fasilitas wisata terhadap kepuasan wisatawan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa depan.

2. Secara praktis

Bagi peneliti, penelitian ini akan memberikan data yang berguna serta kontribusi dalam pengembangan objek wisata, terutama dalam merumuskan strategi pemasaran yang berfokus pada loyalitas wisatawan.

3. Bagi lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola wisata Pantai Lon Malang dalam mengembangkan strategi untuk menarik minat wisatawan melalui peningkatan kepuasan mereka.

4. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai acuan dalam kajian akademik terkait.