

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terletak di garis khatulistiwa yang merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Lebih dari 75% wilayah daratannya terdiri dari lautan, dan memiliki luas total 5,8 juta kilometer persegi, 17.500 pulau, dan garis pantai sekitar 81.000 kilometer (Buditiawan, 2020). Indonesia mempunyai potensi kekayaan alam yang sangat melimpah, termasuk keindahan alam, dan kemampuan mengembangkan industri pariwisata, khususnya di bidang wisata laut dan pantai (bahari), karena letaknya yang berada di zona tengah.

Disamping itu, wilayah laut Indonesia tersebar dari Sabang sampai Merauke, maka wilayah pantai Indonesia juga tersebar dari seluruh wilayah Indonesia (Yudhawasthi & Nisa, 2022). Salah satunya adalah pariwisata pantai yang tersebar di pulau Jawa, seperti yang ada di Provinsi Jawa Timur. Perkembangan pariwisata sebagai suatu sektor menjadi semakin signifikan. Salah satu manfaat utama dari sektor ini adalah masyarakat bisa mendapatkan lapangan pekerjaan di dalam dan area tempat wisata. Peluang tersebut mencakup pekerjaan di berbagai bidang seperti akomodasi, restoran, agen perjalanan, pemandu wisata, dan layanan terkait lainnya. (Utami, 2017).

Di wilayah Provinsi Jawa Timur terdapat potensi wisata yang sangat melimpah, baik berupa destinasi alam seperti pantai dan pegunungan, maupun objek wisata non alam seperti pusat perbelanjaan, tempat edukasi, dan beragam kuliner. Perlu diketahui, hampir setiap kabupaten dan kota mempunyai daya tarik wisata unggulan. Buditiawan (2021) salah satunya

adalah kabupaten yang ada di pulau Madura. Wilayah Madura memiliki potensi sektor pariwisata yang beragam, yang sangat penting dalam mengembangkan perekonomian dibandingkan dengan daerah lain di Jawa Timur. Wilayah Madura memiliki ciri yang unik, khas, dan memukau karena memiliki beberapa karakteristik wisata potensial. Mulai dari keindahan pesona keindahan alam pantai, potensi wisata berbasis budaya, sejarah, dan religi (Mayvani et al., 2022).

Salah satu kawasan wisata yang cukup terkenal yaitu Kabupaten Sampang yang ada di Pulau Madura. Wisata tepi laut di wilayah Sampang meliputi tepi laut Camplong, tepi laut Lon Malang, dan Air Terjun Toroan. Sebelum muncul tempat wisata baru di Sampang, Pantai Camplong merupakan destinasi wisata terpopuler. Saat hari libur, Pantai Camplong selalu ramai dikunjungi wisatawan dari kawasan Sampang dan berbagai daerah lainnya. Dalam industri pariwisata khususnya destinasi wisata alam, upaya pengembangan perlu mempertimbangkan beberapa faktor. Tingkat kunjungan wisatawan dapat dijadikan indikator untuk mengukur tingkat perkembangan pariwisata.

Pemerintah dapat menggunakan data ini untuk menentukan apakah jumlah wisatawan meningkat atau menurun setiap tahunnya (Jannah & Septiyanti, 2022). Berikut tabel data pengunjung tempat wisata alam di Kabupaten Sampang selama tiga tahun terakhir menurut Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata.

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Destinasi Wisata Kabupaten Sampang Tahun 2020-2022

No	Nama Wisata	Tahun (Wisatawan)		
		2020	2021	2022
1.	Pantai Camplong	7.168	15.450	26.45
2.	Pantai Lon Malang	21.840	15.812	16.544
3.	Air Terjun Toroan	14.196	69.487	115.266

Sumber: Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sampang, 2022

Dari hasil data di atas, diketahui bahwa jumlah pengunjung wisatawan Pantai Camplong mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun jumlah wisatawan lokal Kabupaten Sampang pada Tahun 2022 dipegang Air Terjun Toroan. Kunjungan wisatawan ke Air Terjun Toroan mencapai 115.266 orang, sementara kunjungan ke Pantai Camplong hanya mencapai 26.415 orang.

Menurut Wahyuni & Tamami (2021) Pengeelolaan kaasan wisata Pantai Camplong belum memberikan pelayanan yang baik sehingga terdapat beberapa kendala seperti pelayanan yang kurang baik. Hal ini dapat ditingkatkan berdasarkan upaya pengembangan komponen pariwisata khususnya untuk menarik wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong (Palupiningtyas & Yulianto, 2018). Dalam daya tarik wisata harus berkembang dan memiliki beberapa kompone yaitu 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary*) (Palupiningtyas & Yulianto, 2018). *Attraction* (daya tarik) merupakan hal yang paling penting karena merupakan alasan utama mengapa wisatawan mau kembali berkunjung ke destinasi wisata. (Alfitriani et al., 2021).

Sejumlah penelitian memprediksi minat wisatawan untuk kembali dengan memanfaatkan faktor penarik melalui elemen daya tarik wisata. Menurut penelitian Ramadhani et al., (2021) *attraction* (daya tarik) dan *ancillary*

(kelembagaan) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali, akan tetapi *amenity* (fasilitas) dan *accessibility* (aksesibilitas) wisata tidak berpengaruh terhadap wisatawan mengunjungi kembali. Berdasarkan hasil penelitian Alfitriani et al., (2021) menunjukkan bahwa *accessibility* (aksesibilitas) serta *ancillary* (kelembagaan) secara signifikan tidak mempengaruhi keinginan wisatawan untuk kembali, sedangkan fasilitas dan daya tarik berpengaruh besar (signifikan) terhadap minat mengunjungi kembali. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa minat wisatawan mengunjungi kembali dipengaruhi secara positif oleh *attraction* (daya tarik), *amenity* (fasilitas) serta *ancillary* (kelembagaan), sedangkan minat wisatawan mengunjungi kembali dipengaruhi secara negatif oleh *accessibility* (aksesibilitas) (Mahendra & Althalets, 2022).

Berdasarkan hal tersebut, ditemukan kesenjangan secara empiris aspek 4A terhadap minat wisatawan mengunjungi kembali Pantai Camplong Kabupaten Sampang. Sehingga, peneliti ingin meneliti kembali strategi pemasaran pariwisata Pantai Camplong di Kabupaten Sampang berdasarkan komponen yang harus dikembangkan yang terdiri dari aspek 4A yaitu (*Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah *Attraction* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong?
2. Apakah *Accessibility* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong?

3. Apakah *Amenity* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong?
4. Apakah *Ancillary* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong?
5. Apakah *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary* berpengaruh secara simultan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui *Attraction* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong
2. Untuk mengetahui *Accessibility* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong
3. Untuk mengetahui *Amenity* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong
4. Untuk mengetahui *Ancillary* berpengaruh terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong
5. Untuk mengetahui *Attraction*, *Accessibility*, *Amenity*, dan *Ancillary* berpengaruh secara simultan terhadap minat wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Camplong

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai tambahan kajian empiris mengenai strategi pemasaran pariwisata
- b. Sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil kebijakan yang menyangkut dalam meningkatkan potensi pariwisata pantai Camplong di Kabupaten Sampang.
- b. Bagi *Stakeholder*, Penelitian ini diharapkan memberi pengetahuan dan wawasan mengenai manfaat dari aspek 4A terhadap peningkatan minat wisatawan berkunjung ke pantai Camplong.