

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dengan keindahan alamnya menawarkan beragam destinasi wisata alam yang tergolong unik sehingga cukup berpotensi untuk dikembangkan. Sektor pariwisata memiliki cukup banyak manfaat ekonomi karena melibatkan kepentingan berbagai pihak baik dari masyarakat sekitar hingga pemerintah. Mengutip dari Kompas.com, Sandiaga Uno (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) mengupayakan agar kontribusi pariwisata terhadap PDB dapat meningkat hingga 4,3 persen pada tahun 2022. Berbagai upaya telah dilakukan demi mencapai tujuan tersebut, pemerintah bahkan telah menyiapkan anggaran senilai Rp 4,55 triliun sebagai dana pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (Indonesia.go.id, 2022). selain itu, antusiasme wisatawan nusantara yang tinggi juga diharapkan dapat menjadi pemicu perkembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Dalam sektor pariwisata khususnya pada destinasi wisata alam, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan untuk upaya perkembangannya. Tingkat kunjungan wisatawan dapat dijadikan ukuran perkembangan pada destinasi wisata. Dengan informasi tersebut, pemerintah dapat mengetahui apakah terjadi penurunan atau peningkatan jumlah pengunjung per tahunnya. (Alvianna, 2021; Rasoolimanesh et al., 2022) pada penelitiannya, menyatakan bahwa kepuasan wisatawan dapat menimbulkan rasa senang terhadap destinasi wisata dan hal ini menimbulkan efek yang positif terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Dengan begitu, dapat dikatakan bahwa apabila kepuasan wisatawan semakin tinggi terhadap destinasi wisata maka kemungkinan terbentuknya minat berkunjung kembali wisatawan juga akan semakin meningkat (Eid, 2013). Selain kepuasan wisatawan, persepsi nilai pelanggan juga turut berpengaruh terhadap keinginan berkunjung kembali wisatawan (Adirestuty, 2019).

Pulau Madura, khususnya kabupaten Sampang, memiliki cukup banyak destinasi wisata alam yang berlokasi di pesisir pantai. Destinasi ini terbagi menjadi dua bagian yakni wilayah Sampang selatan dan Sampang utara. Di wilayah utara, terdapat tiga destinasi yang cukup terkenal jika diukur dari banyaknya jumlah pengunjung per tahun, yakni Hutan Kera Nipa, Pantai Lon Malang dan Air Terjun Toroan. Sedangkan di wilayah selatan, hanya terdapat satu destinasi wisata yang berlokasi di pesisir pantai yaitu Pantai Camplong (Wahyuni et al., 2021). Namun sayangnya, Pantai Camplong kini mulai kalah saing jika dibandingkan dengan destinasi wisata baru seperti Pantai Lon Malang yang diresmikan

pada tahun 2018 kemarin. Hal ini dapat dilihat pada tabel data pengunjung dari Dinas Pemuda, Olahraga, Budaya, dan Pariwisata tiga tahun terakhir terkait objek wisata alam yang berada di Kabupaten Sampang.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Kabupaten Sampang Tahun 2020-2022

No	Nama Wisata	Tahun (Wisatawan)		
		2020	2021	2022 (Juli)
1	Pantai Camplong	7.168	15.450	20.669
2	Hutan Kera Nipa	5.372	4.860	3.690
3	Air Terjun Toroan	14.196	15.812	7.934
4	Pantai Lon Malang	21.840	69.487	51.526

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

Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu adanya penelitian mengenai faktor yang dapat mempengaruhi jumlah pengunjung terhadap objek wisata alam. Abbasi et al. (2021) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan yang tinggi dapat berpengaruh terhadap keinginan para wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang, dimana pada penelitiannya juga disebutkan bahwa persepsi nilai wisatawan memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Persepsi nilai dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan karena sebelum pelanggan merasa puas, mereka cenderung akan menganalisis informasi yang didapat dan secara otomatis akan berprasangka mengenai produk atau layanan baik dari segi nilai harga ataupun nilai fungsional (Slack et al., 2021). Sejalan dengan penelitian yang dikerjakan oleh (Setiawan, 2018; Vuong et al., 2022) dimana melalui penelitian tersebut diketahui bahwa kepuasan terbentuk dari kesesuaian antara persepsi pelanggan dengan kenyataan yang sebenarnya. Kemudian, setelah terbentuknya kepuasan, pelanggan diyakini akan memiliki keinginan untuk berkunjung kembali karena pelanggan merasa ada kesesuaian antara kegiatan yang dilakukan dengan harapannya dan hal itu membuatnya senang (Japariato, 2019; Sudiarta et al., 2022). Namun tidak seperti penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, (Azhar dan Iskandarsyah, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi nilai memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi inkonsistensi pada penelitian dengan variabel persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap keinginan berkunjung kembali pelanggan.

Dalam menentukan tujuan destinasi wisata, orang-orang cenderung melakukan pencarian informasi terkait destinasi wisata yang paling cocok dengan dirinya. Hal ini erat kaitannya dengan persepsi. Persepsi nilai saat ini menjadi objek penelitian yang menarik terutama pada sektor pariwisata (Eid, 2013). Variabel lain yang turut mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung adalah kepuasan. (Adirestuty, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan secara langsung berpengaruh terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali. Tidak hanya itu, (Slack et al., 2021) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh persepsi nilai pelanggan dan efeknya terhadap keinginan pelanggan untuk membeli kembali.

1.2 Tujuan Penelitian

Disimpulkan dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apakah persepsi nilai wisatawan berpengaruh secara langsung dan positif terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali.
2. Mengetahui apakah persepsi nilai wisatawan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan wisatawan.
3. Mengetahui apakah persepsi nilai berpengaruh secara positif terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali melalui kepuasan.

1.3 Rencana Luaran

Rencana Luaran MBKM Penelitian ini mencakup hal-hal dibawah ini:

1. Laporan kemajuan penelitian
2. Laporan akhir penelitian
3. Log Book kegiatan penelitian
4. Poster penelitian
5. Publikasi ilmiah di jurnal nasional terakreditasi atau tidak terakreditasi