

BAB I

PENDAHULUAN

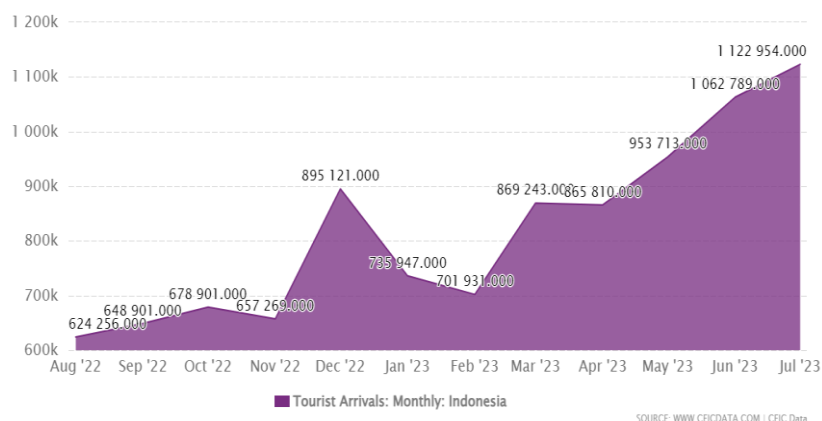
1.1 Latar Belakang

Bidang pariwisata sekarang ini menjadi industri yang sangat mendunia dan juga menjadi salah satu bisnis yang sangat berkembang karena pariwisata menjadi sebuah kebutuhan untuk masyarakat yang digunakan oleh mereka yang ingin beristirahat dari rutinitas sehari-hari. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang menyelenggarakan jasa, menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut (Utama, 2017). Perkembangan sektor pariwisata erat kaitannya dengan wisatawan yang memiliki suatu kebutuhan dan keinginan untuk bepergian ke suatu tempat untuk meningkatkan kualitas hidupnya, karena pariwisata merupakan suatu sistem terbuka dari unsur-unsur yang saling berinteraksi dalam suatu lingkungan yang luas, mulai dari unsur manusia seperti wisatawan, tiga unsur geografis: negara asal wisatawan, negara yang dijadikan tempat transit, dan daerah tujuan wisata serta unsur ekonomi, yaitu industri pariwisata (Yoeti, 2016).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah. Melihat dari kondisi geografis Indonesia yang sangat subur sehingga terdapat potensi-potensi di setiap wilayah dengan keindahan dan ciri khasnya masing-masing. Potensi tersebut dimanfaatkan dan dikembangkan secara optimal sebagai bentuk pelestarian alam dan sektor tersebut untuk meningkatkan kesejahteraan di masyarakat sekitar.

Salah satu sektor tersebut adalah sektor pariwisata. Kontribusi sebagai penyumbang devisa negara adalah salah satu cara industri pariwisata Indonesia membantu memajukan perekonomian negara itu. Namun, ada kesempatan baru bagi orang-orang untuk meningkatkan ekonomi mereka di sektor pariwisata. Salah satu aspek pengembangan pariwisata adalah penciptaan desa wisata, yang bertujuan untuk memaksimalkan manfaat ekonomi bagi komunitas lokal melalui manajemen berbasis komunitas dan berkelanjutan dari potensi desa. Ketika ekonomi di seluruh dunia berubah, itu memiliki dampak yang signifikan pada industri pariwisata. Potensi pengurangan jumlah wisata adalah perubahan dalam kondisi ekonomi global, seperti krisis perbankan atau perlambatan ekonomi di negara-negara kunci yang menarik banyak pengunjung. Ini memiliki potensi untuk mengurangi pendapatan dari pariwisata, yang akan buruk untuk industri terkait dan memperlambat ekonomi secara keseluruhan. (Rangkuti, 2023).

Di Indonesia jumlah wisatawan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Berdasarkan data dari *ceicdata* bahwa jumlah kunjungan wisatawan setiap bulannya pada periode tahun 2022 hingga 2023 mengalami naik turun jumlah wisatawan. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan mancanegara ataupun wisatawan lokal yang berkunjung pada pariwisata Indonesia yaitu:



Gambar 1. 1 Data Wisatawan Indonesia Periode Agustus 2022 – Jul 2023

Sumber: Ceicdata,2023

Menurut data pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwasanya kunjungan wisatawan Indonesia periode Agustus 2022 sampai Maret 2023 mengalami fluktuasi. Terlihat pada bulan Desember 2022 jumlah pengunjung 895.121 ribu dan pada bulan Februari 2023 data kunjungan wisatawan Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis yaitu sebanyak 701.931 ribu pengunjung. Sedangkan periode tahun 2023 pada bulan Maret jumlah pengunjung sebanyak 869.243 ribu dan mengalami peningkatan pada bulan Juli tahun 2023 sebanyak 1.112.954 pengunjung.

Bangkalan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki berbagai macam jenis wisata, baik alam, budaya, maupun religi.. Ada ciri-ciri unik yang setiap bentuk pariwisata jenis ini membawa ke daerah ini. Agar potensi komunitas yang ada dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat, perlu bagi mereka untuk menyadarinya. Jika potensi itu dikelola dan dimanfaatkan dengan baik, itu akan memberikan pemasukan bagi desa dan kesempatan bagi orang-orang untuk mendorong ekonomi mereka, yang pada gilirannya akan

menguntungkan penduduk setempat dan membawa lebih banyak perhatian ke desa. Salah satu desa yang mempunyai destinasi wisata yang ada di Bangkalan yaitu Desa Tlangoh.

Desa Tlangoh merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.. Desa ini tampak lebih hidup karena memiliki objek wisata Pantai yang diberi nama “Pantai Tlangoh” yang menawarkan konsep wisata dimana pengunjung bisa merasakan keindahan alam dan fasilitas wisata yang disediakan. Pantai Tlangoh menawarkan tempat wisata atau hiburan yang natural dan ramah lingkungan dengan ciri khas tersendiri yaitu pasir putihnya yang membentang sepanjang sekitar 2 kilometer. Bukan hanya itu, Pantai Tlangoh juga menyuguhkan berbagai fasilitas seperti spot foto yang mirip dengan latar belakang pemandangan dari Pantai Tlangoh. Wisata Pantai Tlangoh juga menyediakan fasilitas ramah wisatawan seperti kafe, musala, dan toilet. Pantai Tlangoh sudah banyak dikenal di kalangan wisatawan Pulau Madura maupun wisatawan luar Madura. Jalan menuju Pantai Tlangoh yang mudah diakses oleh kendaraan memberikan nilai wisata tambahan bagi pengunjung.

Sejak awal diresmikannya Wisata Pantai Tlangoh merupakan destinasi wisata populer yang banyak dikunjungi wisatawan. Namun saat ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata Pantai Tlangoh semakin berkurang. dikarenakan berkurangnya atribut produk wisata yang tersedia di Wisata Pantai Tlangoh yang disebabkan oleh abrasi pantai. Berikut ini merupakan data jumlah pengunjung Wisata Pantai Tlangoh sebagai berikut

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Wisata Pantai Tlangoh tahun 2020 - 2023

No.	Tahun	Jumlah pengunjung
1	2020	11.000
2	2021	26.300
3	2022	19.664

Sumber: Pihak Pengelola Wisata Pantai Tlangoh

Berdasarkan Tabel 1.1, menunjukkan bahwa jumlah pengunjung sangat tinggi yaitu ditahun 2021 berjumlah 26.300 dan ditahun 2020 mengalami penurunan jumlahnya yaitu mencapai 11.000. Hal itu disebabkan Indonesia bahkan seluruh dunia mengalami pandemi Covid-19 yang membuat perekonomian menurun dan berdampak terhadap semua lini kehidupan salah satunya sektor pariwisata. Di tahun 2021 pengunjung meningkat sebanyak 26.300 dan tahun 2022 mengalami penurunan jumlahnya yaitu sebesar 19.664. Maka dari itu peneliti memilih menggunakan acuan data pada tahun 2021 dan 2022 dikarenakan pada tahun tersebut perekonomian dalam keadaan normal sedangkan tahun 2020 terjadi pandemi yang berdampak pada perekonomian bahkan pada sektor pariwisata sendiri.

Wisata Pantai Tlangoh pada tahun 2022 mengalami penurunan pengunjung dibandingkan tahun 2021. Dimana pada tahun 2021 mencapai 26.300 pengunjung dan pada tahun 2022 menurun yakni berjumlah 19.664 pengunjung, yang berarti mengalami penurunan pengunjung sebanyak 6.636. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengunjung menurun. Hal tersebut tentu menjadi permasalahan dan menjadi bahan koreksi bagi pengelola Wisata Pantai Tlangoh. Faktor atribut produk wisata yang mungkin terbatas membuat pengunjung kurang puas dengan

apa yang didapatkan dari tempat wisata tersebut, sehingga terjadi kurangnya loyalitas yang diberikan pengunjung terhadap Wisata Pantai Tlangoh yang menyebabkan turunnya jumlah pengunjung.

Untuk memperkuat fenomena diatas, peneliti melakukan studi pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden yang pernah berkunjung ke Wisata Pantai Tlangoh. Pra-penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai loyalitas pengunjung di Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.

Tabel 1.2 Pra-penelitian Variabel Loyalitas Pengunjung

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Persentase (%) Ya	Persentase (%) Tidak
1	Saya akan mengunjungi wisata Pantai Tlangoh kabupaten Bangkalan di masa depan	11	19	35,5 %	64,5 %
2	Saya akan berbagi pengalaman saya dengan orang lain ketika saya kembali ke rumah	13	17	41,9 %	58,1 %
3	Saya akan berbagi pengalaman saya secara online dengan orang lain ketika saya kembali ke rumah	14	16	45,2 %	54,8%

Sumber : diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan hasil pra – penelitian pada tabel 1.2 terhadap 30 responden yang sudah pernah mengunjungi wisata Pantai Tlangoh, dapat diketahui bahwa pada variabel loyalitas pengunjung berdasarkan pertanyaan no.1 sebesar 64,5 % responden dengan jawaban tidak, dapat dikatakan bahwa pengunjung tidak akan

kembali mengunjungi wisata Pantai Tlangoh karena dilihat dari atribut produk wisata yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan wisatawan . Pada pernyataan no.2 sebesar 58,1 % responden menjawab tidak, dapat dikatakan bahwa pengunjung tidak akan membagikan pengalamannya ke orang lain ketika kembali ke rumah. Pada pernyataan no.3 sebesar 54,8 % responden menjawab tidak, dapat dikatakan bahwa pengunjung tidak akan membagikan pengalamannya secara online ke orang lain ketika kembali ke rumah. Berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa kurangnya niat loyalitas yang diberikan oleh pengunjung Wisata Pantai Tlangoh. Alasan Pengunjung tidak loyal dikarenakan kurangnya atribut produk wisata seperti pasir putih dan spot foto yang berada di Wisata Pantai Tlangoh.

Menurut temuan penelitian tim abmas menunjukkan bahwa abrasi di sepanjang Pantai Tlangoh telah mencaai menjadi 30 meter selama dua tahun terakhir. Jika terus dibiarkan, abrasi ini akan merusak pantai, mengurangi jumlah wisatawan, dan kegiatan masyarakat di pesisir Pantai Tlangoh akan terhalang (Itsuna, 2022). Selain itu, setiap tahun di Pantai Tlangoh terdapat tujuh meter lahan tergerus akibat abrasi (Basri, 2023). Abrasi adalah fenomena terjadinya pengikisan garis pantai yang di sebabkan oleh gerusan air laut. Abrasi merupakan proses terkikisnya pantai karna gelombang laut, dimana arus laut tersebut bersifat perusak. Secara ilmu kerusakan pada garis pantai itu penyebabnya adalah gangguan pada keseimbangan alam di wilayah pantai (Indarniati, 2016). Pada beberapa tahun terakhir, garis pantai di indonesia terjadi penyempitan sangat signifikan pada beberapa daerah telah menenggelamkan daratan dari 2 meter – 10

meter dalam setahun hal ini berdampak pada kerugian khususnya di objek destinasi wisata (Rayhani, 2023)

Dalam hubungan dengan destinasi wisata, loyalitas pengunjung masih menjadi indikator penting dari keberhasilan pengembangan tujuan di destinasi (Amalia et al., 2016). Menurut (Utama, 2017) mendefinisikan loyalitas merupakan ketekunan pengunjung untuk selalu mengunjungi sebuah destinasi walaupun pesaing menawarkan destinasi baru dengan atribut kualitas tinggi yang ditawarkan oleh pesaing. Menjadi setia kepada pelanggan saat ini lebih hemat biaya dan lebih diinginkan untuk pemasar tujuan daripada mencoba menarik yang baru, menjadikannya salah satu faktor yang paling penting (Viet, 2019). Loyalitas wisatawan yang merupakan komitmen seseorang untuk berkunjung kembali dapat terbentuk dengan menciptakan kepuasan wisatawan, yang mana dimaksudkan bahwa pengelola usaha wisata perlu mengupayakan bahwa antara apa yang disediakan suatu destinasi wisata dapat memenuhi apa yang diharapkan oleh wisatawan (Truong & Foster, 2006). Loyalitas destinasi merupakan wujud psikologis dari keinginan wisatawan. niat untuk merekomendasikan dan mengunjungi kembali suatu tujuan wisata (Zhang et al., 2014). Salah satu faktor terciptanya loyalitas pengunjung yaitu keunggulan daerah wisata tersebut. Dengan adanya atribut produk wisata yang unik dan berbeda maka akan menjadikan pengunjung akan mengunjungi kembali atau loyal.

Atribut produk wisata adalah suatu bentukan yang nyata dan tidak nyata, dalam satu perjalanan yang hanya mungkin bisa dinikmati ketika seluruh rangkaian perjalanan dapat memberikan pengalaman yang positif bagi yang

\melakukan perjalanan tersebut (Muljadi, 2013). Menurut Mayasari & Budiatmo (2016) Karakteristik suatu produk wisata adalah serangkaian layanan komprehensif yang diterima, dialami, dan dinikmati wisatawan mulai dari saat mereka berangkat dari destinasi yang dipilih hingga saat mereka kembali ke rumah. Atribut produk pariwisata pada dasarnya mencakup tiga unsur yang membentuk suatu produk industri pariwisata: daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas. Mengembangkan produk pariwisata yang berkualitas memerlukan promosi destinasi melalui penciptaan inovasi berkelanjutan. Dengan menciptakan inovasi tersebut, wisatawan akan datang berkunjung ke tempat tersebut. Mempertahankan wisatawan berarti mengharapkan mereka untuk kembali ketika kebutuhan yang sama muncul di masa depan. Selain itu, untuk mendorong wisatawan mengunjungi suatu destinasi, pengelola pariwisata dapat memberikan pelayanan lebih untuk mempertahankan pengunjung.. Menurut (Kotler & Keller, 2016) Atribut produk wisata dapat memengaruhi loyalitas wisatawan. Hal ini sangat penting bagi tujuan wisata untuk secara konsisten memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan dari klien mereka untuk menghasilkan, menyampaikan, dan mengiklankan penawaran berharga. Untuk mempertahankan loyalitas pengunjung, kebutuhan dan preferensi wisatawan sangat terkait dengan nilai atribut produk (Thompson, 2015). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani et al., (2021) menunjukkan bahwa atribut destinasi mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Adanya pengaruh positif yang signifikan antara atribut destinasi terhadap loyalitas wisatawan menunjukkan bahwa semakin baik atribut destinasi maka semakin loyal wisatawan terhadap

destinasi wisata Umbulpongok, begitu pula sebaliknya, juga berarti sama. Berbeda dengan studi tentang (Crames et al., 2023) yang menunjukkan bahwa atribut destinasi tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas wisatawan.

Faktor atribut produk wisata penting dalam menentukan kepuasan pengunjung. Kualitas produk wisata suatu objek wisata membentuk persepsi dan nilai pengunjung. Apabila produk wisata yang ditawarkan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka pengunjung akan menilai objek wisata tersebut baik, sehingga akan membentuk persepsi pengunjung terhadap objek wisata tersebut. Kepuasan pengunjung, yang menetapkan tingkat kepercayaan yang dimiliki pengunjung terhadap tujuan wisata, dibentuk oleh persepsi dan nilai-nilai yang dimiliki konsumen dan pengunjung. Senada dengan penelitian (Huda et al., 2022) atribut produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke objek wisata Pantai Melasti Kabupaten Badung di masa pandemi COVID-19 Hasil analisis determinasi menunjukkan bahwa 31% dari wisatawan ini puas. Berbeda dengan penelitian (Intan & Eviana, 2018) yang menunjukkan Secara keseluruhan produk wisata tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Menurut Diarta & Sarjana (2020) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan perbandingan antara harapan dan tingkat kinerja yang dirasakan. Hal ini karena wisatawan yang puas mendorong wisatawan untuk tetap setia pada suatu destinasi dengan mengunjungi kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfian, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif

terhadap loyalitas pelanggan Hal ini karena wisatawan yang puas kemudian muncul perilaku pasca-kunjungan, di mana motivasi dan minat seseorang akan diarahkan pada pilihan apakah seseorang tersebut bersedia mengunjungi kembali suatu destinasi wisata yang telah dikunjunginya atau memutuskan untuk tidak mengunjungi kembali (Rojas & Ã, 2008). Hal ini menegaskan adanya hubungan yang linear dari terdapatnya atribut produk wisata yang baik yang dipersepsikan oleh wisatawan, dengan kepuasan wisatawan dan munculnya loyalitas wisatawan.

Mengingat pentingnya atribut produk wisata yaitu pada Wisata Pantai Tlangoh terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH ATRIBUT PRODUK WISATA TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DENGAN KEPUASAN PENGUNJUNG SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan)”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

- a) Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan?
- b) Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan?
- c) Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pada pengunjung Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan?

- d) Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang, pokok masalah dan judul penelitian, maka dapat menganalisis:

- a) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap loyalitas pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.
- b) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.
- c) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap loyalitas pengunjung pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.
- d) Untuk mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap loyalitas pengunjung melalui kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk membagikan ilmu dan pengetahuan yang dipelajari selama perkuliahan. Selain itu, penulis ingin memperluas dan menambah wawasan.

2. Bagi Wisata Pantai Tlangoh

Hasil penelitian ini memberikan informasi baru kepada pengelola wisata Pantai Trangoh mengenai atribut produk wisata yang mempengaruhi kepuasan pengunjung dan loyalitas pengunjung, serta menentukan strategi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, diharapkan dapat dilaksanakan pada saat yang tepat.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk membangun ilmu pengetahuan baru khususnya dalam lingkup Universitas Trunojoyo Madura.

4. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Bagi pembaca umum dapat memberikan pengetahuan lebih mengenai atribut produk wisata, kepuasan, dan loyalitas pengunjung.