

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kepariwisataan di Indonesia telah tumbuh dan berkembang menjadi suatu industri yang berdiri sendiri semenjak sepuluh tahun terakhir. Namun sejauh itu penyebaran pengertian tentang kepariwisataan pada umumnya dan masalah marketing dalam kepariwisataan khususnya, belumlah banyak dikenal oleh masyarakat. Pariwisata merupakan kumpulan barang-barang atau jasa-jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan atau pengunjung objek wisata. Masalah marketing dalam kepariwisataan merupakan suatu hal baru seperti halnya dengan industri pariwisata itu sendiri.

Di Indonesia sekarang kita melihat bahwa negara kita berada dalam masa peralihan yang segera akan menuju kearah “*Market Economy*”, dimana akan berlaku kekuatan pasar. Dalam Undang-undang No. 10 Tahun 2009, tentang kepariwisataan pasal 1 dijelaskan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Sehingga pengertian pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk penguasa objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha terkait dibidang tersebut. daya tarik objek wisata yang berkunjung akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila didukung oleh faktor rekomendasi interaksi, citra destinasi wisata, dan fasilitas pendukung di objek wisata. Ketiga faktor tersebut menjadi daya tarik untuk meningkatkan kepuasan pengunjung dalam melakukan kegiatan wisata.

Objek wisata merupakan salah satu daya tarik yang dikembangkan dari setiap daerah, objek wisata yang sifatnya masih alami yang menggambarkan hanya dari sisi keindahan alam, maupun secara non alami atau buatan manusia untuk menjadi penunjang daya tarik untuk berkunjung. Kabupaten Kerinci yang berada di provinsi Jambi terkenal akan keindahan alamnya menjadi salah satu tujuan pengembangan pariwisata daerah yang sangat potensial untuk kegiatan pemasaran pariwisata. Kondisi geografis Kerinci memang sangat menarik dan memungkinkan adanya berbagai ekosistem mulai dari sungai, danau, air terjun, perkebunan dataran tinggi, sawah, tebing, puncak, dan sebagainya. Banyak para pengunjung menilai bahwa objek wisata yang ada di Kabupaten Kerinci memiliki daya tarik tersendiri karena memiliki nilai yang unik, seperti wisata alam, buatan, dan wisata kuliner. Tak ada habisnya memang jika kita mencari tempat-tempat indah untuk dijadikan sebagai destinasi wisata dan liburan di Kabupaten Kerinci. banyak sekali keindahan alam yang menakjubkan, hampir setiap orang yang datang ke Kerinci, berkeinginan untuk selalu ingin kembali mengunjunginya.

Kabupaten Kerinci sebagai daerah yang memiliki banyak objek wisata mulai dari objek wisata alam, budaya, sejarah dan agrowisata. Dengan adanya objek wisata ini bisa menambah pendapatan di bidang pariwisata, Kabupaten Kerinci memiliki 18 Kecamatan, dan semuanya memiliki keindahan alam yang indah, menarik, dan cantik. Salah satu dari Kecamatannya adalah Kecamatan Danau Kerinci yang identik dengan wisata danau dan bukit yang sangat populer dalam masyarakat lokal dan juga luar lokal. Namun saat ini Kabupaten Kerinci

sedang viral saat ini adalah wisata buatan yang didai oleh Bumdes. Ada 10 tempat wisata buatan yang lagi populer di Kerinci dari Tahun 2022 sampai sekarang. Berikut ini beberapa objek wisata buatan yang ada di Kabupaten Kerinci, dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Tempat Wisata Buatan Kabupaten Kerinci**  
**Tahun 2022**

No.	Objek Wisata	Lokasi	Sewa Masuk (Rp)	Omzet/Tahun (Rp)
1	Taman Pertiwi	Pentagen	5000	125.000.000
2	Pantai Ratu Sigindo Kuning	Seleman	5000	85.000.000
3	Pantai Pasir Panjang	Tanjung Tanah	5000	20.000.000
4	Family Garden	Jujun	5000	35.000.000
5	Puncak Rindu	Kayu Aro	5000	60.000.000
6	Pantai Indah	Koto Petai	5000	70.000.000
7	Taman Aila	Siulak	10000	85.000.000
8	Puti Ayu Maryam	Lempur Hilir	5000	35.000.000
9	Taman Putri	Sekungkung	5000	60.000.000
10	Water Boom	Pulau Sangkar	5000	30.000.000

*Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Kerinci Tahun 2023*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa wisata buatan yang ada di Kabupaten Kerinci. Objek wisata yang ada tersebut ada yang dikelola oleh pihak swasta dan ada juga yang dikelola oleh pihak pemerintah desa setempat atau yang dikenal dengan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes). Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) yang bergerak di sektor wisata di Kerinci bak jamur tumbuh di musim hujan. Hingga saat ini, setidaknya terdapat belasan Bumdes, yang sudah mulai mengembangkan sektor wisata, untuk mendongkrak pendapatan masyarakat. Satu di antaranya adalah Bumdes Desa Seleman yang mengembangkan Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Kecamatan Danau Kerinci Kabupaten Kerinci Propinsi Jambi.

Saat ini Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman merupakan salah satu objek wisata buatan yang sangat populer di mata masyarakat. Pengelola Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning berpendapat bahwa omzet mencapai Rp. 85.000.000,- dalam satu hari di musim libur sekolah dan hari raya, dan bisa mencapai Rp 125.000.000/bulan omzet yang di dapat. Hal ini yang menjadi alasan peneliti memilih Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman sebagai objek penelitian karena memiliki omzet yang tinggi dibandingkan dengan objek wisata Bumdes lainnya.

Setiap hari, terutama selama libur sekolah dan hari raya, objek Pantai Ratu Sigindo Kuning selalu ramai dikunjungi wisatawan baik lokal maupun luar lokal. Pengunjung objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning disuguhkan dengan berbagai daya tarik wisata dalam menghabiskan waktu bersama keluarga. Berbagai daya tarik yang ada di Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning diantaranya bermain di pantai, memancing, mencari kerang, main di pasir, dan juga dengan didukung wahana lainnya. Selain itu, Pantai Ratu Sigindo Kuning juga menawarkan pemandangan yang sejuk dan indah, sehingga banyak pengunjung yang ingin mencoba nuansa makan di pinggir danau dengan cara memasak ikan langsung di pinggir pantai sambil menikmati indahny pemandangan pantai Pantai Ratu Sigindo Kuning.

Berdasarkan studi awal dilakukan pada objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning menunjukkan bahwa pengunjung objek wisata Taman Pertiwi selalu ramai pada hari libur dan hari raya. Sedangkan hari biasanya jumlah pengunjung tidak begitu ramai. Semenjak dibuka Pantai Ratu Sigindo Kuning pada awal tahun

2023 jumlah pengunjung semakin ramai. Menurut informasi dari pengelola objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning sejak dibuka para pengunjung selalu memadati wisata ini, terutama hari libur sekolah dan sore hari. Jadi, banyaknya pengunjung Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning tiap harinya membuat wisata ini semakin populer. Hal ini menunjukkan adanya tingkat kepuasan pengunjung terhadap objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning yang indah menyenangkan. Kepuasan pengunjung di Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman meningkat karena pengunjung merasakan kesesuaian dengan apa yang dirasakan langsung oleh pengunjung. Kepuasan dirasakan pengunjung karena adanya rekomendasi interaksi yang sesuai dengan fakta yang ada, citra destinasi yang menarik, serta fasilitas pendukung ke objek wisata yang dapat memuaskan hati pengunjung.

Menurut Tjiptono (2014), menjelaskan kepuasan pengunjung merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Kepuasan pengunjung dapat tercapai ketika pengunjung disuguhi dengan pemandangan pantai yang indah dan sejuk, citra destinasi yang cukup lengkap, serta fasilitas menuju ke lokasi yang mudah dijangkau dengan kendaraan. Jadi peranan kepuasan sangatlah penting, karena merupakan faktor penentu apakah pengunjung merasa puas dengan tempat yang dikunjungi. Kepuasan pengunjung meningkat apabila didukung dengan adanya rekomendasi interaksi dari orang yang kompeten, daya tarik objek, dan didukung dengan fasilitas. Oleh sebab itu kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh *recomendation interaction*, daya

tarik, dan fasilitas. Sebagaimana menurut Tjiptono (2014), kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya rekomendasi interaksi, citra destinasi, dan fasilitas.

Kepuasan pengunjung dapat diukur dengan indikator kepuasan terhadap objek, selalu ingin berkunjung, akan merekomendasikan ke orang lain, kepuasan terpenuhinya harapan. Apabila keempat indikator dapat terpenuhi dengan baik, maka dapat meningkatkan kepuasan pengunjung. Namun, berdasarkan fenomena kepuasan pengunjung terhadap objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman didapatkan bahwa kepuasan terhadap objek wisata yang masih kurang karena masih banyak wahana yang kurang lengkap. Karena Pantai Ratu Sigindo Kuning masih terbilang baru, sehingga masih banyak yang perlu dikelola dan wahana di pantai perlu ditingkatkan lagi.

Kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh adanya *rekomendation interaction*. *Rekomendation interaction* dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui interaksi sosial maupun melalui sebaran dari mulut pengunjung ke mulut calon pengunjung. Adanya *rekomendation interaction* maka sangat membantu pengunjung mengetahui informasi mengenai objek Wisata Ratu Sigindo Kuning Seleman. *Rekomendation interaction* juga dilakukan untuk menyebarkan informasi kepada calon pengunjung lainnya agar nantinya menjadi prioritas untuk berkunjung ke objek wisata. Menurut Kotler (2014), *rekomendation interaction* adalah saran yang menganjurkan (membenarkan, menguatkan). Makna lain dari *rekomendation interaction* adalah penyungguhan, atau hal minta perhatian bahwa orang yang disebut dapat dipercaya dengan baik (biasa dinyatakan dengan surat)

ataupun dengan kata-kata ajakan langsung untuk datang ke objek wisata Ratu Sigindo Kuning Seleman.

Fenomena *rekommendation interaction* masih kurang optimal, baik melalui media periklanan, media cetak, ataupun media yang disebarakan melalui brosur, baliho, pamflet, dan sebagainya. Hal ini masih banyak masyarakat dari lokal dan luar lokal yang masih belum mengetahui banyak hal mengenai objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman. *Rekommendation interaction* belum dilakukan dengan maksimal baik melalui media, antar personal, dari mulut ke mulut ataupun dari hubungan masyarakat sehingga banyak calon pengunjung belum tertarik untuk berkunjung ke wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman. *rekommendation interaction* yang masih kurang efektif tersebut harus menjadi perhatian khusus bagi pengelola. Oleh sebab itu, rekomendasi secara tidak langsung dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

Menurut Alma (2014), citra destinasi adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk dari berbagai wahana dan fasilitas yang ada di objek wisata. Citra destinasi menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke objek wisata. Penilaian wisatawan dapat berbeda-beda antara satu orang dengan orang lainnya. Citra destinasi yang dimiliki Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman adalah pemandangan asli danau kerinci yang dilengkapi dengan pantai pasir yang bersih dan asri, wahana untuk berenang dan mandi yang dangkal, spot memancing, mengambil kerang, dan juga wahana tempat memasak

dan makan bersama di bawah pohon yang rindang sehingga menjadi faktor motivasi bagi pengunjung merasakan kepuasan.

Beberapa daya tarik objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman diantaranya bermain ikan yang jinak, ayunan, bermain bola, voli pantai, dan tempat *selfie* dan *swaphoto*. Namun fenomena salah satu indikator daya tarik yaitu citra destinasi yang unik di Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman masih kurang lengkap atau kurang memadai, misalnya belum permainan, wahana, dan aktivitas yang unik yang dapat membuat pengunjung merasa terhibur. Berdasarkan fenomena di atas didukung hasil penelitian Sirait dan Winata (2021), hasil penelitian menjelaskan bahwa fasilitas dan daya tarik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Selanjutnya hasil penelitian Mardiani dan Murwatingsih, dkk (2015), menjelaskan bahwa fasilitas dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Kota Semarang, Senada dengan hasil penelitian Handayani, Khairyansyah, dan Wahyudin (2019), menjelaskan bahwa fasilitas dan daya tarik berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi dari kepuasan pengunjung objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman adalah fasilitas. Karena fasilitas yang baik dapat memberikan persepsi di mata pengunjung. Fasilitas yang memadai yang dibutuhkan oleh pengunjung, seperti parkir, tempat makan, tempat istirahat, toilet, dan sebagainya menjadi pertimbangan bagi pengunjung merasakan kepuasan dalam mengunjungi objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman. Menurut Tjiptono (2014), menjelaskan bahwa fasilitas objek

wisata berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Apabila fasilitas objek wisatanya lengkap tentu membuat pengunjung merasa nyaman berada di objek wisata tersebut.

Fenomena menunjukkan bahwa fasilitas Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman yaitu fasilitas masih banyak yang kurang, seperti akses parkir yang masih jalan kerikil, ketika musim hujan jalannya becek, fasilitas tempat istirahat pengunjung masih terbuat dari bambu, seketika bisa rusak jika diduduki oleh banyak orang, dan juga masih minimnya fasilitas ruang ganti, toilet, dan tempat makan. Kemudian, belum juga terlihat adanya pesan-pesan yang disampaikan secara grafis sebagai faktor mendukung fasilitas. Minimnya fasilitas terkenda dengan dana yang mengandalkan dari APBD Desa.

Berdasarkan dari fenomena di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul: “Pengaruh *Recommendation Interaction*, Citra Destinasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung di Objek Wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara *recomendation interaction* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?

2. Apakah terdapat pengaruh antara citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
3. Apakah terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *recomendation interaction*, citra destinasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *recomendation interaction* terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *recomendation interaction*, citra destinasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung objek wisata Pantai

Ratu Sigindo Kuning Seleman secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1 Manfaat Akademis**

1. Sebagai bahan masukan bagi masyarakat, khususnya dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke objek wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman sebagai salah satu destinasi objek wisata yang ada di Kabupaten Kerinci.
2. Bagi pihak-pihak lain, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.
3. Bagi pengelola wisata Pantai Ratu Sigindo Kuning Seleman dapat dijadikan sebagai masukan dalam mengembangkan berbagai bentuk promosi, citra destinasi, dan fasilitas pendukung dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Bagi penulis diharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman dan menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran serta untuk mengaplikasikan teori yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam dunia usaha sesungguhnya dalam kaitannya dengan *recomendation interaction*, citra destinasi, dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung.