

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata banyak menyimpan potensi yang sangat besar sebagai sumber devisa. perkembangan pariwisata sekarang dianggap sangat penting karena dapat memandu manusia dalam menjalani kehidupannya. Bahkan dapat dikatakan bahwa manusia sudah menjadi bagian dari industri pariwisata yang berkembang sekarang.

Akhir-akhir ini banyak sudah diperbincangkan tentang masalah dunia kepariwisataan, dimana orang mempunyai pandangan berbeda-beda kalau tidak boleh dikatakan bertentangan satu sama lain, lebih-lebih menyangkut adat-istiadat budaya dan lingkungan hidup kelompok masyarakat yang langsung terlihat. Dalam arus lalu lintas dan kegiatan industri pariwisata.

Dilihat dari segi sejarah pertumbuhan, konstelasi serta keadaan dunia kepariwisataan dua puluh dua puluh lima tahun lalu dan perkembangan serta kemungkinannya dimasa-masa mendatang, industri pariwisata ditinjau dari kita ini walaupun tadinya hanya baru merupakan suatu "kemungkinan" belaka kini kiranya sudah dapat dikatakan tampil dalam suatu kehadiran nyata.

Robert McIntosh bersama Shashikant Gupta mencoba mengungkapkannya bahwa pariwisata adalah "gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah, tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan ini serta para pengunjung lainnya.

Keberadaan desa wisata dalam perkembangan dan pembangunan pariwisata di tanah air sudah demikian penting. Desa wisata sudah mampu mewarnai variasi

destinasi yang lebih dinamis dalam suatu kawasan pariwisata tidak selalu terjebak dalam trend pengembangan bercora *masstourism*.

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat. Kontribusi positif sektor pariwisata suatu daerah memberikan implikasi bagi semua pihak yang terlibat dalam industri pariwisata untuk mengelola pariwisata secara profesional. Kemampuan suatu daerah untuk mengelola dan mengembangkan objek-objek wisata yang dimilikinya akan memberikan keuntungan yang besar bagi daerah yang bersangkutan.

Dalam tinjauan secara ekonomi, kegiatan pariwisata memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah yang bersumber dari retribusi parkir dan karcis, pajak, dan mendapatkan devisa dari wisatawan mancanegara yang berkunjung. Eksistensi pariwisata akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata yang akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Contohnya adanya pariwisata akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi seperti hotel, restoran, biro perjalanan, dan kerajinan tangan. Sektor pariwisata merupakan aset negara jika dikelola dengan baik.

Kabupaten kerinci provinsi jambi merupakan sebuah kabupaten yang banyak menyajikan keindahan objek wisatanya, kabupaten kerinci dikenal sebagai segepal tanah surga yang dicampakkan kebumi, ada begitu banyak wisata di kabupaten kerinci, salah satunya objek wisata pantai pasir panjang (bumdes satu hati) yang berlokasi di desa tanjung tanah kecamatan danau kerinci kabupaten kerinci yang dibangun oleh bumdes satu hati tanjung tanah, menyajikan keindahan pasir panjang dan pemandangan danau dan gunung raya. pada tahun 2018 bumdes

satu hati pernah mendapatkan penghargaan juara 1 lomba bumdes tingkat kabupaten kerinci dengan katagori berkembang.

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah indonesia melalui Badan Pemerdayaan Masyarakat dan Pembangunan Desa membentuk suatu badan keuangan yaitu Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Menurut undang-undang nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan Daerah BUMDes didirikan antara lain dalam rangka peningkatan Pendapatan Asli Desa ( PADes ). Lebih lanjut, menurut Ramadhan et al ( 2013 : 15 ), keberadaan BUMDes memiliki kontribusi untuk peningkatan Pendapatan Asli Desa dan memenuhi kebutuhan pokok desa. Peran BUMDes terlihat pada sumber dana untuk peningkatan pendapatan. Kebutuhan masyarakat yang harus dirasakan oleh masyarakat keseluruhan. Pembangunan desa secara mandiri yang tidak hanya bergantung pada anggaran dan bantuan.

Menurut Pusat Kajian Dinamika Sistem Pembangunan ( 2007 ). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. Sebagai salah satu lembaga ekonomi yang beroperasi dipedesaan, BUMDes harus memiliki perbedaan lembaga ekonomi pada umumnya. Ini dimaksudkan agar keberadaan dan kinerja BUMDes mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan warga desa. Disamping itu, supaya tidak berkembang sistem usaha

kapitalistis dipedesaan yang dapat mengakibatkan terganggunya nilai-nilai kehidupan bermasyarakat.

Tujuan BUMDes yaitu mengoptimalkan pengelolaan aset-aset desa yang ada, memajukan perekonomian desa, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Sifat usaha BUMDes adalah berorientasi pada keuntungan. Sifat pengelolaan usahanya adalah keterbukaan, kejujuran, partisipatif dan berkeadilan. Dan fungsi BUMDes adalah: sebagai motor penggerak perekonomian desa, sebagai sarana untuk mendorong percepatan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

Bumdes Satu Hati didirikan pada akhir tahun 2017 sebagai penguat ekonomi desa. BUMDes Satu Hati berupa suatu usaha desa yang bergerak dibidang wisata desa. Desa Tanjung Tanah dinilai mampu mengembangkan potensi yang dimilikinya diantaranya wisata alam yang berupa tumpukan pasir panjang yang berada dipinggir danau kerinci. Atas dasar tersebut kemudian didirikanlah sebuah Pantai Pasir Panjang sebagai pusat dari kegiatan BUMDes Satu Hati pada bulan januari 2018.

Pantai Pasir Panjang mulai beroperasi pada januari 2018. Pantai Pasir Panjang merupakan salah satu objek wisata yang andalan dikerinci, diawal tahun 2018 objek wisata Pantai Pasir Panjang menyita perhatian masyarakat kerinci dan menjadi pusat wisata yang sangat populer diawal tahun 2018. Objek wisata Pantai Pasir Panjang juga menyediakan beberapa fasilitas yang lengkap untuk wisatawan, mulai dari speedboat, perahu, spot foto yang menarik dan lain-lain. Dengan fasilitas yang lengkap sehingga jumlah wisatawan yang berkunjung di Pantai Pasir Panjang selalu mengalami peningkatan. Hal ini juga memberikan efek kedepan maupun

kebelakang, setidaknya ada 3 keuntungan yang dapat diperoleh dengan semakin berkembang wisata Pantai Pasir Panjang, (a) akan memberikan sumbangan yang cukup berarti terhadap pendapatan masyarakat (b) mampu mengurangi jumlah pengangguran karena daya serap tenaga kerjanya yang cukup besar dan merata (c) mendorong timbulnya wirausahawan yang bergerak di industri wisata baik yang langsung maupun tidak langsung.

Sumber-sumber Pendapatan BUMDes Satu Hati bersal dari: (1). Retribusi, retribusi ini berupa karcis masuk untuk wisatawan Rp.5000/orang, (2). Transportasi wisata, ini berupa ojek wisata yang digunakan oleh para wisatawan yang menggunakan mobil untuk sampai ke lokasi wisata, hal ini dikarenakan fasilitas jalan yang tidak mendukung untuk mobil sampai ke lokasi wisata Rp.5000/orang (Rp.1500 untuk Bumdes dan Rp.3500 untuk pengojek) (3). Fasilitas wisata, di Pantai Pasir Panjang menyediakan beberapa fasilitas wisata yang di sewakan seperti, *speedboat*, pelampung, tikar, ban mobil, dan perahu.

**Tabel 1.1**  
**Sumber-sumber pendapatan BUMDes Satu Hati di Desa Tanjung Tanah**  
**Kecamatan Danau Kerinci Tahun 2018**

Tahun	Retribusi	Transportasi Wisata	Sewa	Kunjungan (orang)
2018	Rp.100.000.000	Rp.15.000.000	Rp. 17.000.000	12.000
2019	Rp. 100.000.000	Rp. 26.000.000	Rp. 22.000.000	9.000
2020	Rp. 21.000.000	Rp. 8.000.000	Rp. 5.000.000	8.000
2021	Rp. 25.000.000	Rp. 11.000.000	Rp. 12.000.000	6.500
2022	Rp. 65.000.000	Rp. 10.000.000	Rp. 12.500.000	5.028

Sumber : Buku Kas Desa Tanjung Tanah, 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Pantai Pasir Panjang cukup banyak hal ini dapat dilihat dari pemasukan yang didapatkan cukup besar. Jumlah diperoleh dari penjualan tiket masuk, tiket ojek wisata dan fasilitas-

fasilitas Pantai yang disewakan. Hal ini membuktikan bahwa Pantai Pasir Panjang mampu menyita perhatian para wisatawan, hal ini bisa memberi kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan BUMDes Satu Hati di Desa Tanjung Tanah Kecamatan Danau Kerinci.

Minat berkunjung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk mengunjungi tempat tertentu, pada periode tertentu. Perusahaan harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen sasaran mereka guna menerapkan strategi yang tepat guna menumbuhkan minat berkunjung ke tempat wisata (Siburian, 2013).

Minat kunjung ulang merupakan dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke tujuan yang pernah didatangi. Minat tersebut akan muncul jika wisatawan merasa puas setelah melakukan kunjungan wisata melalui fasilitas yang diharapkan oleh wisatawan.

Minat berkunjung merupakan kata lain dari minat beli, sehingga teori minat beli dapat digunakan sebagai referensi minat berkunjung dalam penelitian ini. Menurut Kotler dalam Abzari, et al (2014) minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk. Menurut Kotler dalam Abzari (2014) minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah citra merek, lokasi dan promosi.

Citra destinasi merupakan sebuah gambaran suatu tempat wisata atau bisa disebut juga citra merek (*Brand Image*). Citra merek merupakan petunjuk yang

digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. Terdapat kecenderungan bahwa konsumen akan memilih produk yang telah dikenal baik melalui pengalaman menggunakan produk maupun berdasarkan informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber.

Citra destinasi menurut Kotler dan Keller (2016) adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra destinasi merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek.

Fenomena yang terjadi di Pantai Pasir Panjang mengenai citra destinasi adalah fasilitas dan wahana yang tersedia tidak begitu lengkap, sehingga para pengunjung yang datang perlu untuk mengantri untuk menggunakan wahana yang tersedia.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah lokasi. Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2019) “promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk

membeli produk yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu faktor penentu mengenai keberhasilan program pemasaran.

Fenomena terkait lokasi yang terjadi di Pantai Pasir Panjang adalah letak lokasi wisata yang jauh dari jalan raya, sehingga pengunjung perlu melalui jalan kecil untuk sampai ke lokasi wisata.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Lokasi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten

Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci dan berapa besar pengaruhnya secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademis
  1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dalam mengembangkan wawasan berfikir dan menambah pembendaraan dibidang manajemen, khususnya menegnai konsep dan teori-teori mengenai pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Objek Wisata Pantai Pasir Panjang Kabupaten Kerinci.

2. Diharapkan dapat menjadi masukan dan digunakan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan akademis.

2. Manfaat praktis

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau sumbangan pemikiran bagi pengelola objek wisata pantai pasir panjang dalam pelaksanaan pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali.

2. Memberikan sumbangan pemikiran mengenai pengaruh Citra Destinasi, Lokasi dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali.. sebagai perbandingan dalam melakukan penelitian untuk masa yang akan datang.

