

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat kemajemukan tinggi dan memiliki keanekaragaman hayati maupun non hayati. Potensi tersebut sebagai salah satu aset pariwisata dapat ditawarkan untuk diperjual belikan dalam kegiatan pariwisata. Hal ini terkait dengan aspek ekonomi yang akan dicapai. Apabila industri ini dikemas dengan maksimal maka besar kemungkinan pengaruh atau dampak yang ditimbulkan bersifat positif. Begitu pun sebaliknya, apabila pengemasan industri pariwisata tidak diperhatikan secara maksimal maka pengaruh atau dampak yang akan ditimbulkan cenderung bersifat negatif (Sulistiyafani & Sastrawan, 2021).

Indonesia kaya akan sumber daya alam dan budaya yang besar yang memberikan modal besar bagi sektor pariwisata. Pariwisata itu sendiri merupakan salah satu sektor yang menjadi motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi negara. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang begitu besar, sektor pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara. Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang sangat potensial yang mempunyai pengaruh besar dalam membangun perekonomian. Pariwisata merupakan komoditas yang dibutuhkan setiap orang. Pasalnya, aktivitas perjalanan pribadi dapat meningkatkan kreativitas, menghilangkan kejenuhan, bersantai, berbelanja, berbisnis serta memahami sejarah dan warisan budaya dari etnis tertentu, pariwisata yang sehat dan idealis. Dengan bertambahnya waktu

luang yang disebabkan oleh semakin pendeknya jam kerja dan meningkatnya pendapatan, maka kegiatan pariwisata juga akan meningkat.

Pariwisata dalam arti modern adalah gejala pada jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan penggantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuh terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya ditimbulkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat sebagai hasil dari berkembangnya hasil perkembangan niaga, industri dan transportasi (Ni Ketut Riani, 2021).

Berdasarkan Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Pengembangan objek wisata yang dilakukan secara optimal akan mampu untuk memajukan dan mendorong ekonomi masyarakat dengan melihat peruntungan terhadap pengembangan objek wisata yang ada.

Dalam pengembangan kawasan wisata juga terdapat tujuan untuk memperoleh keuntungan bagi para wisatawan yang berkunjung, memberikan keuntungan kepada komunitas yang berada di lingkungan setempat dan juga memberikan keuntungan langsung kepada masyarakat yang berada di sekitaran kawasan wisata. Dengan adanya keberadaan tempat wisata diharapkan juga mampu untuk meningkatkan taraf hidup bagi masyarakat yang berada disekitaran kawasan wisata tersebut, akan terjadinya keuntungan bagi wisatawan yang berkunjung

dengan penduduk setempat dan mempertimbangkan aspek budaya, lingkungan, sosial, politik dan ekonomi. Masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan parawisata, mulai dari kerangka perencanaan hingga pelaksanaan pembangunan kepariwisataan, dan untuk mendukung keberhasilan pembangunan keparawisataan, maka setiap upaya atau program pembangunan yang dilaksanakan harus memperhatikan posisi, potensi dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan. Pembangunan yang dilakukan dalam pengembangan sebuah objek wisata dapat menjadi penunjang sumbangan untuk daerah yang cukup besar jika kawasan wisata atau objek wisata dikelola dengan secara optimal dan profesional.

Adanya perencanaan pariwisata yang terintegrasi untuk dipertimbangkan, dan disertai dengan adanya konsentrasi yang cukup pada pendekatan secara komprehensif untuk jangka panjang merupakan sesuatu hal yang penting. Hal ini dimaksud agar bisa tercapai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan serasi dan maksud tujuan pengembangan sesuai yang diharapkan pemerintah.

Suatu objek wisata harus memiliki kualitas atau daya tarik sendiri sehingga dapat menarik minat berkunjung wisatawan. Semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata maka semakin baik pula kualitas dari objek wisata tersebut. Untuk menarik minat berkunjung wisatawan maka pemerintah, masyarakat dan pengusaha yang berperan dalam pengelolaan dan pengembangan

kualitas objek wisata tersebut harus tahu strategi yang tepat dalam memberikan keunggulan yang menjadikan objek wisata itu berkualitas.

Menurut (Susanto, B & Astutik, 2020), Minat merupakan keputusan pribadi yang berkaitan erat dengan sikap, dimana minat dan sikap adalah dasar dari prasangka dalam pengambilan keputusan. Minat kunjungan ulang adalah keinginan untuk melakukan kunjungan perjalanan di masa depan yang dipengaruhi oleh sikap terhadap pengalaman masa lalunya.

Menurut (Erianto, 2020), Minat berkunjung kembali adalah keadaan mental seseorang yang menggambarkan rencana untuk dapat melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu, dengan fasilitas dan tempat menarik yang ditawarkan dan disediakan oleh tempat wisata.

Minat berkunjung ulang menjadi salah satu variabel yang terpenting, minat berkunjung ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali. Oleh sebab itu dengan meneliti variabel minat berkunjung ulang maka peneliti akan mengetahui seberapa puas para wisatawan terhadap kunjungan sebelumnya, motivasi tertentu dalam memilih tujuan wisata, dan kecintaan wisatawan terhadap destinasi. Kecintaan wisatawan terhadap destinasi dapat diukur dengan jumlah kunjungan berulang yang dilakukan oleh wisatawan tersebut (Lestari et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan yang dilakukan (Susanto, B & Astutik, 2020), menyatakan bahwa promosi media sosial dan daya tarik wisata berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata

edukasi Manyung. Kemudian penelitian dari (Erianto, 2020), menyatakan bahwa kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk berkunjung kembali di hotel yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan. Dan penelitian yang dilakukan (Lestari et al., 2022), menyatakan bahwa citra destinasi, fasilitas wisata secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang ke Pantai Klayar Pacitan.

Salah satu cara yang bisa dilakukan agar dapat meningkatkan minat berkunjung kembali wisatawan pada objek wisata harus memiliki daya tarik untuk menarik wisatawan. Daya tarik yang merupakan komponen penting yang harus dimiliki suatu objek wisata baik dari daya tarik berupa alam maupun daya tarik buatan manusia. Dengan meningkatkan daya tarik sangat penting bagi pengelolaan dan pengembangan objek wisata.

Menurut (Gunteja et al., 2021), Daya tarik wisata atau “tourist attraction”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Daya tarik wisata sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar wisata.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nurbaeti et al., 2021), menyatakan bahwa daya tarik berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Gunteja et al., 2021), menyatakan bahwa daya tarik signifikan berpengaruh terhadap kepuasan

wisatawan. Sedangkan penelitian yang berbeda dilakukan oleh (Saputro et al., 2020), menyatakan bahwa daya tarik wisata ada pengaruh negatif terhadap minat berkunjung ulang.

Sebelum melakukan perjalanan, seorang pengunjung terlebih dahulu mengetahui citra wisata untuk minat berkunjung pada objek wisata tersebut. Citra wisata menunjukkan eksistensi sebuah objek wisata, yaitu menunjukkan pandangan masyarakat terhadap objek wisata yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang. Dalam hal ini mampu memberikan peluang bagi objek wisata untuk meraih keuntungan agar tercapai minat berkunjung ulang karena memiliki citra yang baik.

Menurut (Muis et al., 2020), Citra adalah impresi seseorang atau beberapa orang yang memberikan sebuah pertanyaan tentang wisata yang mereka belum kunjungi. Citra wisata merupakan kombinasi variasi produk, atraksi, dan atribut ditambahkan ke tayangan dari proses seleksi berdasarkan berbagai informasi. Citra wisata tidak hanya didefinisikan sebagai persepsi atribut wisata individu tetapi juga kesan secara menyeluruh atau holistik dari wisata.

Menurut (Charli & Putri, 2021), Citra destinasi didefinisikan tidak hanya sebagai perlengkapan atau fasilitas destinasi tetapi juga kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi. Multi dimensinya citra destinasi juga disebabkan oleh atribut yang disertakan cukup beragam dan saling terkait. Sementara realistasnya disebabkan oleh cara mengartikan yang subjektif antara seorang dengan yang lainnya dan sangat tergantung dengan perbandingan yang akan digunakan. Citra

destinasi juga bukanlah sesuatu yang statis namun sangat dinamis seiring dengan terjadinya perubahan ruang, waktu dan tempat.

Berdasarkan penelitian dari (Charli & Putri, 2021), menyatakan bahwa citra destinasi wisata berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan berkunjung pada objek wisata Pulau Mandeh. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Muis et al., 2020), menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan. Dan penelitian dari (Ester et al., 2020), menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan.

Suatu objek wisata dituntut berusaha membuat wisatawan merasa puas dan minat berkunjung kembali dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat objek wisata harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Sehingga disini objek wisata harus memperhatikan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan wisatawan yang berkunjung.

Menurut (Marpaung, 2019), Kualitas pelayanan dapat dikatakan sebagai perbandingan yang diinginkan atau diharapkan oleh wisatawan sebelum dan setelah mengunjungi suatu obyek wisata. Salah satu upaya strategik dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan cara menjaga kualitas pelayanan. Tingkat kepuasan tamu diperoleh dari perbandingan pelayanan yang nyata di terima pengunjung, dengan nilai kualitas yang sebelumnya diharapkan. Sehingga asumsi umum akan belaku pelayanan yang baik adalah pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas

sangat menentukan keberhasilan bisnis pariwisata. Pelayanan berkualitas dapat diwujudkan melalui sumber daya manusia yang kompeten untuk mewujudkan nilai-nilai dalam pelayanan prima, serta didukung sarana prasarana atau fasilitas yang memadai.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Azliansyah et al., 2020), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Istana Maimun. Kemudian penelitian dari (Petege et al., 2018), menyatakan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Marpaung, 2019), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan baik terhadap kepuasan wisatawan maupun terhadap minat kunjungan ulang.

Kabupaten Solok Selatan memiliki sebuah kawasan yang dikenal dengan nama *Kawasan Saribu Rumah Gadang*, di kawasan ini terdapat ratusan *Rumah Gadang* yang berjejer rapi dan letaknya berdekatan antara *Rumah Gadang* yang satu dengan *Rumah Gadang* yang lainnya. Kawasan Saribu Rumah Gadang berada di Nagari Koto Baru, Kecamatan Sungai Pagu, Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatera Barat. *Kawasan Saribu Rumah Gadang* adalah salah satu destinasi wisata unggulan yang berada di Solok Selatan. Membutuhkan waktu 4 jam perjalanan menggunakan mobil dari Kota Padang (Ngajow et al., 2021).

Wilayah kabupaten Solok Selatan memiliki potensi wisatawan yang dapat memberikan peningkatan APBD untuk wilayahnya. Konsep daya tarik, citra wisata dan kualitas pelayanan dapat menjadi sarana peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah. Dengan mengambil salah satu destinasi



wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang Kabupaten Solok Selatan sebagai barometer penerapan. Destinasi saribu rumah gadang memiliki beberapa produknya yaitu; *homestay* pada rumah gadang, penyewaan sepeda ontel, pertunjukkan seni tari, dan kuliner yang tersedia.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Wisatawan Yang Berkunjung ke Kawasan Saribu Rumah Gadang Tahun 2017-2021**

No	Tahun	Jumlah Wisatawan (Orang)
1	2017	9.856
2	2018	13.475
3	2019	15.340
4	2020	6.505
5	2021	8.960

*Sumber :Rancangan Tata Lingkungan dan Bangunan (RTBL) Kawasan Seribu Rumah Gadang TA 2021 dan Dinas Pariwisata Kab. Solok Selatan*

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 data kunjungan wisatawan ke Kawasan Saribu Rumah Gadang berjumlah 9.856, pada tahun 2018 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yaitu mencapai 13.475, pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yaitu mencapai 15.340, pada tahun 2020 jumlah kunjungan wisatawan mengalami

peningkatan yaitu mencapai 6.505, dan pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan yaitu mencapai 8.960. Dapat dilihat dari data diatas, bahwa jumlah kunjungan wisatawan naik turun. Suatu objek wisata dituntut berusaha membuat wisatawan merasa puas dan minat berkunjung kembali dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik ditengah persaingan. Namun, minat berkunjung kembali wisatawan di Kawasan Saribu Rumah Gadang masih belum mencapai tingkat yang maksimal. Hal ini mungkin disebabkan karena kurangnya pengaruh daya tarik yang menjadi motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan kembali di objek wisata kawasan saribu rumah gadang kabupaten Solok Selatan. Dan beberapa faktor lain seperti citra wisata yang masih diragukan dan kurang melekat di ingatan wisatawan. Citra wisata yang belum sesuai dengan harapan konsumen tersebut menjadi faktor kurangnya minat kunjung kembali pada Kawasan Saribu Rumah Gadang.

Pada Kawasan Saribu Rumah Gadang ini, nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk belum seimbang, serta kepercayaan dan hubungan dengan konsumen belum tercipta dengan maksimal. Dan waktu tempuh yang cukup lama dari pusat kota juga menjadi faktor belum cukup tercapai minat berkunjung kembali secara maksimal di objek wisata kawasan saribu rumah gadang kabupaten Solok Selatan.

Berdasarkan fenomena dan uraian singkat latar belakang di atas untuk itu penulis mengambil judul penelitian yaitu **“PENGARUH DAYA TARIK WISATA, CITRA WISATA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI WISATAWAN DI OBJEK WISATA**

## **KAWASAN SARIBU RUMAH GADANG KABUPATEN SOLOK SELATAN”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam melihat potensi suatu objek wisata, maka hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana keadaan objek wisata tersebut sehingga mendukung suatu objek wisata untuk dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya daya tarik wisata selain budaya yang membuat wisatawan tidak minat berkunjung ulang pada kawasan Saribu Rumah Gadang.
2. Kekurangan objek wisata kawasan Saribu Rumah Gadang tidak adanya atraksi wisata atau destinasi wisata yang sebenarnya dapat menarik lebih banyak wisatawan yang berkunjung.
3. Kepercayaan pelanggan yang masih diragukan terhadap citra wisata pada Kawasan Saribu Rumah Gadang
4. Kualitas pelayanan yang masih kurang optimal karena keterbatasan sumber daya manusia.
5. Citra wisata yang kurang melekat di ingatan wisatawan pada Kawasan Saribu Rumah Gadang
6. Waktu tempuh yang cukup lama dari pusat kota pada Kawasan Saribu Rumah Gadang

7. Hubungan dengan pelanggan belum tercipta dengan maksimal pada Kawasan Saribu Rumah Gadang
8. Nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk belum seimbang pada Kawasan Saribu Rumah Gadang
9. Citra wisata yang belum sesuai dengan harapan konsumen pada Kawasan Saribu Rumah Gadang
10. Minat kunjung ulang yang belum cukup tercapai secara maksimal pada Kawasan Saribu Rumah Gadang

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam perancangan tugas akhir ini berdasarkan dari fenomena di atas, maka pada penelitian ini memfokuskan masalah pada kawasan inti objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang, dan terdapat masalah utama yang berhubungan dengan daya tarik wisata (X1), citra wisata (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap minat berkunjung kembali (Y).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang?
2. Apakah terdapat pengaruh citra wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang?
4. Bagaimana pengaruh daya tarik, citra wisata, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang
2. Untuk mengetahui pengaruh citra wisata terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang
4. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata, citra wisata, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang

### **1.5.2 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan khususnya bagi pemerintah dan masyarakat pada objek wisata mengenai daya

tarik wisata, citra wisata dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali di objek wisata kawasan saribu rumah gadang.

b. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan pemahaman yang dimiliki peneliti antara teori yang diberikan pada perkuliahan dengan kenyataan di lapangan, khususnya dalam bidang ekonomi yang berhubungan dengan daya tarik, citra wisata, dan kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang didapatkan.

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain. Dan dapat dijadikan referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

d. Bagi Objek Penelitian

Bagi wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang yaitu dapat menjadi bahan pemikiran dan informasi akan hal-hal yang membuat masyarakat tahu, bahwa Kawasan Saribu Rumah Gadang adalah tempat wisata yang harus dikunjungi jika ke Solok Selatan. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan informasi yang

bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan minat  
berkunjung kembali wisatawan.