

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di Indonesia khususnya di Sumatera Barat berkembang sangat pesat yang berperan sangat penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Pariwisata berkaitan dengan daya tarik wisata, aktifitas wisata melibatkan perjalanan wisatawan, melibatkan masyarakat secara langsung, dan memberikan manfaat bagi masyarakat setempat, sehingga meningkatkan perekonomian. Pariwisata merupakan salah satu industri yang menjanjikan yang dapat menguntungkan negara. Pariwisata adalah perjalanan untuk berlibur sementara dari suatu tempat ke tempat lain. Menurut **(Sinaga, 2010)** Pariwisata adalah suatu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan serta kesenangan semata. Tujuan wisatawan melakukan perjalanan dari rumah untuk hiburan, hasrat, keinginan serta pengalaman baru yang bisa langsung diwujudkan, yang bisa meningkatkan serta memberikan efek positif untuk tubuh.

Pariwisata merupakan seluruh hubungan serta gejala yang timbul dari hadirnya orang asing sehingga perjalanan wisata tidak memiliki tempat tinggal tetap serta tidak adanya hubungan dengan kegiatan pekerjaan atau mencari rezeki menurut **(Nasik, 2019)**

Menurut **Undang Undang No. 10/2009** tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah, memperkenalkan serta mendayagunakan objek dan daya tarik wisata dengan prinsip pariwisata.

Keputusan berkunjung ialah sikap seseorang dalam memutuskan pilihan perjala untuk memuaskan diri serta kebutuhannya. Keputusan adalah identifikasi suatu masalah hingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi dalam proses penelusuran permasalahan yang berawal dari latar belakang masalah. Menurut (**Vilda et al., 2016**) keputusan berkunjung merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang ataupun sekelompok orang yang bertujuan untuk rekreasi serta mempelajari keunikan wisata yang dikunjungi dalam waktu tertentu.

Sumatera Barat sudah menjadi salah satu tujuan wisata. Dengan bertambahnya jumlah wisatawan lokal ataupun mancanegara hingga pertumbuhan industri pariwisata menjadi diperkuat, sehingga pemerintah sudah membentuk citra yang baik dalam kunjungan wisatawan kembali. Secara khusus ada kota di 50 kabupaten di bagian timur Provinsi Sumatera Barat dengan 13 kecamatan dan 79 nagari. Pertumbuhan pariwisata di 50 kota kabupaten ini terus bertambah, salah satunya Ichon, sumber wisata Lembah Harau serta kelompok wisata baru, seperti desa Korea dan desa Eropa. Kawasan wisata Harau terletak diantara Nagari Harau dan Nagari Tarantang, diantara batu perbukitan yang tinggi serta tebing yang curam, digunakan para

olahragawan untuk panjat. Tebing tinggi yang indah memiliki daya tarik tersendiri bagi para fotografer serta memiliki suasana yang sejuk dan pemandangan alam yang indah.

Keputusan berkunjung merupakan hasil dari tujuan turis yang benar-benar memutuskan untuk mengunjungi destinasi wisata yang disukai dari berbagai macam alternatif destinasi yang ada (**Safitri et al., 2020**)

Menurut **Hidayah (2019:14)** keputusan berkunjung adalah keinginan konsumen ke tempat wisata erat kaitanya dengan perilaku konsumen, keinginan konsumen dasar dari membuat keputusan berkunjung dan ketika akan membeli suatu barang atau jasa konsumen akan berfikir mana barang yang akan dibeli. Keputusan berkunjung ialah sesuatu keputusan yang diambil seseorang yang akan melakukan kegiatan wisata ke tempat tertentu dan keputusan pengunjung untuk memilih wisata yang akan dikunjungi merupakan sebuah bentuk pengambilan keputusan menurut (**Tina Rahmadayanti & Kholid Murtadlo, 2020**)

Citra destinasi Menurut (**Apriliyanti et al., 2020**) citra destinasi (destination image) merupakan keyakinan atau pengetahuan suatu destinasi serta apa yang dirasakan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. (**Utama & Giantari, 2020**) mendefinisikan citra destinasi merupakan sebuah kesadaran individu tentang suatu tempat tujuan wisata yang terdiri dari evaluasi kognitif dari pengalaman, pembelajaran, emosi serta persepsi. Menurut (**Sitanggang et al., 2020**) citra destinasi ialah keyakinan dan kesan

seseorang terhadap sebuah destinasi wisata yang diperoleh dari berbagai informasi.

Citra destinasi berasal dari keyakinan seseorang, kesenangan serta pengalaman wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata lembah harau. Lembah harau tempat tujuan berwisata kognitif serta pengalaman, pengajaran dan kesan. Selain destinasi fasilitas juga berpengaruh dalam berwisata, kelengkapan fasilitas menunjang perkembangan objek wisata.

Fasilitas adalah sarana prasarana yang disediakan objek wisata untuk kepentingan bersama yang berperan penting dalam meningkatkan keputusan berkunjung. Fasilitas mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berwisata, fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai kebutuhan dapat memuaskan pengunjung dan mendukung segala aktivitas yang dilakukan serta dapat menarik wisatawan berkunjung dan berkunjung kembali. Menurut **(Ardiansyah, 2019)** Fasilitas ialah suatu jasa pelayanan yang disediakan objek wisata untuk mendukung aktivitas-aktivitas wisatawan yang berkunjung disuatu objek wisata. Menurut **Sulastyono** dalam **(Isti Faradisa, 2016)** fasilitas adalah penyediaan perlengkapan fisik untuk memberi kemudahan kepada konsumen atau wisatawan untuk melakukan aktivitas-aktivitas dengan nyaman sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Fasilitas merupakan sarana prasarana yang mendukung operasi untuk membantu kebutuhan wisata serta tidak secara langsung mempercepat pertumbuhan namun berkembang pada saat yang persis menurut **Wiratini M et al., (2018)**.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang harus dibayar dengan sejumlah uang yang bermanfaat bagi pemasar sehingga dapat menghasilkan pendapatan atau keuntungan. Menurut (**Harahap, 2016**) dalam (**Ardiansyah, 2019**) bahwa harga merupakan jumlah nilai yang dibutuhkan konsumen mendapatkan manfaat mempunyai ataupun memakai sebuah produk. Menurut **Kotler dan Armstrog (2012:430)** dalam (**SIRAIT, 2018**) Harga ialah sejumlah nilai yang diberikan konsumen yang ditukarkan untuk mendapat manfaat dan memiliki barang atau jasa.

Dalam mengenai harga konsumen cenderung melihat harga sebelum memutuskan untuk berkunjung ke tempat wisata. Harga sangat mempengaruhi untuk berkunjung apa konsumen tertarik ataupun tidak tertarik dengan harga yang ditawarkan serta kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Konsumen lebih cenderung dengan harga yang relative murah dari harga yang begitu mahal serta memiliki kualitas yang bagus.

TABEL 1.1

DATA PENGUNJUNG WISATA INDONESIA

TAHUN	JUMLAH
2016	11,52 Juta
2017	14,04 Juta
2018	15,81 Juta
2019	16,11 Juta
2020	3,41 Juta

Sumber : Badan pusat statistic

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pengunjung wisataan ke Indonesia tahun 2016 naik 10,69 persen dibandingkan dengan kunjungan wisata priode sebelumnya, tahun 2017 naik 21,88 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisata pada tahun sebelumnya, tahun 2018 naik 12,58 persen dari tahun sebelumnya, tahun 2019 kunjungan naik 1,88 persen dibandingkan kunjungan tahun sebelumnya dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 89,22 persen diandingkan dengan tahun sebelumnya.

TABEL 1.2

DATA PENGUNJUNG WISATA SUMATERA BARAT

TAHUN	JUMLAH
2016	5.019.290
2017	7.783.876
2018	8.073.070
2019	8.169.147
2020	8.153.166

Sumber : Badan pusat statistic Sumatera Barat

Berdasarkan table pengunjung wisata diatas dari tahun 2016 dan 2017 mengalami kenaikan pengunjung yang begitu drastic sementara pada tahun 2018 dan 2019 kenaikan pengunjung hanya beberapa persen saja dan pada tahun 2020 kunjungan wisata mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya karna

pendemi Covid-19 yang mempengaruhi sector pariwisata sehingga sulit untuk menyamai pengunjung tahun sebelumnya.

TABEL. 1.3

DATA PENGUNJUNG OBJEK WISATA LEMBAH HARAU

TAHUN	JUMLAH
2016	204.639
2017	272.875
2018	403.650
2019	249.580
2020	383.000

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab.50 Kota hasil Survey

Februari 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadi peningkatan dari tahun 2016 sampai tahun 2018 yang tinggi, dan pada tahun 2019 terjadi penurunan penurunan dari 400 menjadi 250 wisatawan dan pada tahun 2020 pengunjung meningkat lagi apa bila dilihat pada tahun 2019. Hasil survei menunjukkan bahwa penurunan penjualan dianggap sebagai akibat dari citra destinasi yang berujung pada citra destinasi saat berwisata.

Strategi citra destinasi penting di masa masa globalisasi saat ini dimana banyak objek wisata baru yang lumayan populer, penting untuk meningkatkan daya saing objek wisata. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kuat serta

ketat, setiap resor wisata harus mampu bersaing dengan harga yang diterapkan wisata lain serta meningkatkan sarana serta kenyamanan yang ada untuk meningkatkan daya saing yang sempurna, serta sanggup menerapkan rangkaian strategi pemasaran yang efisien serta terus meningkatkan strategi pemasaran secara berkesinambungan tergantung kebutuhan wisatawan dikala itu.

Melalui uraian latar belakang permasalahan diatas serta banyaknya konsumen yang berkunjung menjadi topik penelitian yang menarik buat diteliti, penulis tertarik untuk memakai subjek sebagai objek penelitian pada aspek-aspek sebagai berikut: **“Pengaruh *Destination Image*, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau Kabupaten Lima Puluh Kota”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai beriku:

1. Banyaknya destinasi populer pada Objek Wisata Lembah Harau.
2. Kualitas pelayanan yang kurang baik membuat keputusan pengunjung berkunjung.
3. Ketidak lengkapan fasilitas yang disediakan Objek Wisata Lembah Harau membuat pengunjung tidak nyaman.
4. Kurang terawatnya fasilitas yang disediakan Objek Wisata Lembah Harau.
5. Jumlah pengunjung wisatawan Lembah Harau pada 2019 menurun.

6. Terjadinya kemacetan pada Objek Wisata Lembah Harau pada musim liburan.
7. Kenaikan harga menimbulkan persepsi negatif masyarakat sehingga semakin sedikit wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Lembah Harau.
8. Kurangnya kepuasan pengunjung menyabkan pengunjung tidak berkunjung kembali ke Objek Wisata Lembah Harau.

1.3 Batasan Masalah

Mengingat latar belakang permasalahan tersebut, maka penelitian lebih terarah, lengkap dan mendalam. Sehingga batasan masalah adalah sebagai variabel penelitian hanyalah *Destination Image*, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas maka rumusan masalah adalah :

1. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau

4. Apakah *destination image*, fasilitas dan harga berpengaruh secara bersama terhadap keputusan Berkunjung Pada Obek Wisata Lembah Harau

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan diatas maka peneliti akan menentukan tujuan penelitian dan manfaat penelitian :

1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk secara tekun, aktif dan sistematis melakukan proses investigasi untuk menemukan fakta dan tujuan yang ingin dicapai peneliti yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Image* terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau.
2. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah Harau.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Destination Image*, Fasilitas dan Harga berpengaruh secara bersam terhadap Keputusan Berkunjung Objek Wisata Lembah Harau.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah dampak pencapaian tujuan penelitian.

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan, konsep dan praktik penulis terkait *Destination image*, fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Lembah harau dan dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan yang sejenis.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat memberikan lebih banyak penelitian dan pengetahuan tentang isu-isu yang berkaitan dengan destination image, fasilitas dan harga serta memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh peneliti.

- b. Bagi Ilmu Pengetahuan

Membaca materi yang bermanfaat akan membantu meningkatkan pemahaman berpikir dan memberikan lebih banyak pengetahuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.