

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Sektor yang mendukung pertumbuhan perekonomian salah satunya adalah sektor pariwisata. Pariwisata di Indonesia saat ini sedang gencar dipromosikan pemerintah melalui program “Pesona Indonesia” yang bertujuan agar banyak wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang datang berkunjung di berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia. Salah satu wilayah di Indonesia yang saat ini sedang dalam pengembangan dan memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata yaitu di Provinsi Lampung. Hal ini disebabkan letak Provinsi Lampung yang berada di pintu masuk untuk ke Pulau Sumatera dengan keadaan alam yang mendukung dan dalam pariwisatanya Provinsi Lampung memiliki banyak daerah pantai dan daerah pegunungan. Hal inilah yang seharusnya dimanfaatkan serta dikelola dengan maksimal sehingga dapat membawa dampak positif yang lebih besar terhadap pendapatan perekonomian masyarakat yang berada di dalam kawasan maupun di luar kawasan pariwisata. Berikut adalah grafik yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung.



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Provinsi Lampung Dari Tahun 2015 sampai 2018.

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung Tahun 2019

Berdasarkan Gambar 1.1 tentang Grafik Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Provinsi Lampung dari Tahun 2015 sampai 2018 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2015 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung sebanyak 6.193.525, lalu pada tahun 2016 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung mengalami penurunan menjadi 6.143.283, pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung mengalami penurunan menjadi 6.002.487, dan pada tahun 2018 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung mengalami cukup banyak kenaikan menjadi 6.881.006.

Di Provinsi Lampung terdapat banyak tempat wisata mulai dari air terjun, pegunungan hingga wisata pantai. Wisata pantai menjadi salah satu destinasi favorit yang terdapat di Provinsi Lampung karena banyaknya wilayah pesisir di Provinsi Lampung, salah satu daerah di Provinsi Lampung yang terdapat banyak wisata pantai ialah Kabupaten Pesawaran. Kabupaten Pesawaran memiliki empat belas wisata pantai yang dikelola oleh masyarakat. Berikut jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pesawaran pada tahun 2018.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Pesawaran dari bulan Juli hingga bulan Desember pada Tahun 2018.

No	ObjekWisata	Bulan						Jumlah Kunjungan
		Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Des	
1	Air Terjun Tundo Telu	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	15.600
2	Air Terjun Anglo Kali Awi	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	5.200	31.200
3	Air Terjun Sinar Tiga	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	15.600
4	Air Terjun Rindu Alam	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	10.800
5	Air Terjun	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	1.800	10.800
6	Pulau Pahawang	34.876	33.321	32.800	33.065	34.456	35.900	204.418
7	Pantai Klara	3.220	3.484	2.772	3.086	3.142	2.100	17.804
8	Pantai Queen Arta	410	349	429	521	349	290	2.348
9	Pantai Ringgung	15.600	11.656	12.401	10.975	12.374	7.600	70.606
10	Pulau Tegal Mas	286	301	365	290	340	210	1.792
11	Vila Garden	7.131	3.498	3.575	3.625	3.699	3.500	25.028
12	Muncak Teropong Laut	14.432	10.458	11.890	12.100	12.500	10.700	59.580
13	Pantai Mutun (MS Town Beach)	16.453	13.875	14.098	14.876	14.921	15.876	90.099

No	ObjekWisata	Bulan						Jumlah Kunjungan
		Jul	Agst	Sept	Okt	Sept	Des	
14	Taman Wisata Dewi Mandapa	601	499	489	501	547	325	2.962
Total Kunjungan								558.637

Sumber :Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran Tahun 2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 jumlah kunjungan ke objek wisata di Kabupaten Pesawaran pada bulan Juli hingga bulan Desember 2018 sebanyak 558.637 kunjungan. Objek wisata yang paling banyak dikunjungi di Kabupaten Pesawaran pada bulan Juli hingga bulan Desember 2018 adalah Pulau Pahawang dengan jumlah 204.418 kunjungan, disusul dengan objek wisata Pantai Mutun dengan jumlah 90.099 kunjungan dan yang terakhir adalah objek wisata Pantai Ringgung dengan jumlah 70.606 kunjungan. Tidak meratanya jumlah kunjungan wisatawan pada objek wisata dapat disebabkan karena kurang loyalitas wisatawan terhadap objek wisata. Seperti objek wisata Pantai Mutun yang menjadi urutan kedua setelah objek wisata Pulau Pahawang yang berada di urutan pertama.

Kabupaten Pesawaran memiliki banyak wisata pantai dikarenakan letak geografis Kabupaten Pesawaran terletak daerah pesisir pantai dan didukung pasir putih sehingga dapat memanjakan mata wisatawan. Di Kabupaten Pesawaran terdapat pantai yang menjadi andalan berlibur masyarakat Provinsi Lampung yaitu wisata Pantai Mutun. Pantai Mutun merupakan sebuah tempat wisata yang berlokasi di Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. Objek wisata Pantai Mutun ini cukupmu dah diakses dikarenakan hanya berjarak 25 km saja dari Kota Bandar Lampung dan bisa ditempuh menggunakan kendaraan kurang lebih 30 menit perjalanan. Samping kanan kiri jalan menuju Pantai Mutun dipenuhi pepohonan yang cukup tertata apik. Terdapat sebuah petunjuk arah yang berada di jalan utama jika harus berbelok untuk mencapai wisata Pantai Mutun. Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Mutun pada tahun 2018.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun pada tahun 2018

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	12.304
Februari	11.576
Maret	12.321
April	13.590
Mei	14.100
Juni	15.690
Juli	16.453
Agustus	13.875
September	14.098
Oktober	14.876
November	14.921
Desember	15.876
Total	169.680
Kunjungan	

Sumber data : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran 2019

Berdasarkan tabel 1.2 tentang jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun pada tahun 2018 paling banyak terjadi pada bulan Juni, Juli dan bulan Desember. Pada bulan Juni jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun sebesar 15.690, pada bulan Juli jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun meningkat menjadi 16.453, dan pada bulan Desember jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun sebesar 15.876. Hal ini disebabkan pada bulan-bulan tersebut merupakan masa libur sekolah dan peringatan hari besar yaitu Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Natal serta Tahun Baru.

Melihat jumlah kunjungan perbulan di Pantai Mutun yang naik dan turun, tentunya mempengaruhi wisata Pantai Mutun untuk berlomba-lomba membuat citra destinasi yang lebih baik agar menumbuhkan rasa loyalitas wisatawan ke Pantai Mutun. Cara yang bisa dilakukan Pantai Mutun dengan membuat citra destinasi Pantai Mutun sebagai objek wisata pantai dengan pemandangan pasir putih yang relatif lebar dengan air laut yang tenang serta adanya fasilitas bermain dan spot foto yang dapat digunakan oleh wisatawan saat berkunjung ke Pantai

Mutun. Dengan hamparan pasir putih yang relatif lebar wisatawan dapat bersantai dan juga bermain air. Selain pasir putih yang relatif lebar dan air laut yang tenang, Pantai Mutun memiliki fasilitas bermain yang bisa digunakan oleh wisatawan seperti *Banana Boat*, *Jetski*, *Kano*, *Donut Boat*, *Waterboom* serta arena *outbond* yang dijadikan sarana bermain bagi anak-anak, dan spot-spot foto yang dibuat oleh pengelola Pantai Mutun untuk wisatawan yang ingin mengabadikan momen saat berkunjung ke Pantai Mutun.

Adanya citra destinasi yang baik sebelum wisatawan melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata tersebut. Sedangkan citra destinasi yang dipersepsikan wisatawan setelah terjadinya kunjungan wisata juga mempengaruhi kepuasan wisatawan dan intensitasnya untuk melakukan kunjungan wisata kembali di masa mendatang. Hal ini tergantung dari kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan serta citra destinasi yang wisatawan miliki terhadap wisata tersebut.

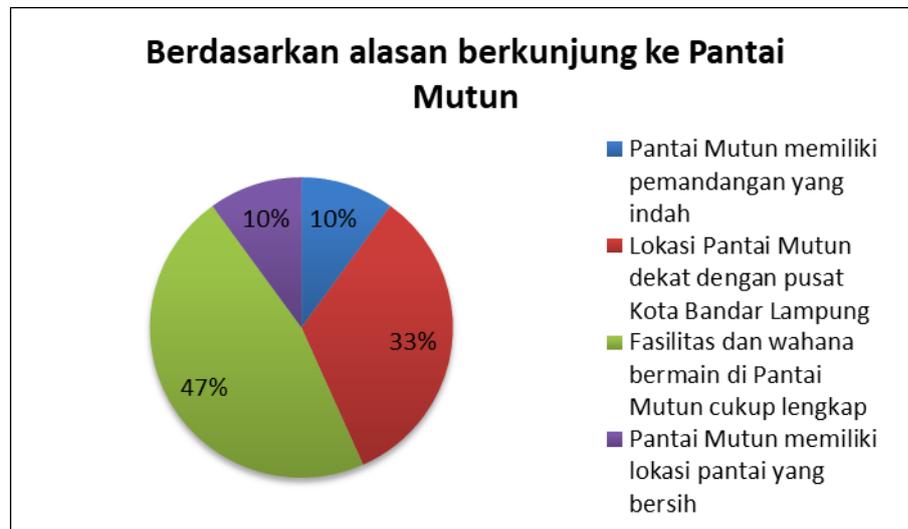
Selain dengan cara menumbuhkan citra destinasi yang positif, dengan cara menerapkan *experiential marketing* pun dapat menumbuhkan loyalitas wisatawan dengan menyentuh sisi emosi wisatawan dan memberikan suatu *feeling* terhadap produk dan *service*. Implementasi *experiential marketing* dilakukan dengan mengembangkan lima dimensi pengalaman wisatawan yang terdiri dari *sense*, *feel*, *think*, *act* dan *relate*. Dimensi *sense* menunjukkan pengalaman yang diberikan kepada wisatawan melalui penglihatan, pendengaran, sentuhan, penciuman, dan rasa, seperti wisatawan dapat menikmati pemandangan Pantai Mutun dengan hamparan pasir putih yang cukup luas dan merasakan ketenangan dikarenakan lokasi Pantai Mutun yang jauh dari keramaian kota. Dimensi *feel* dilakukan dengan menggugah perasaan, emosi hingga suasana hati wisatawan, seperti wisatawan yang merasa nyaman dan aman ketika berkunjung ke Pantai Mutun. Dimensi *think* dilakukan dengan menceritakan pengalaman positif pada destinasi yang ditawarkan, seperti merekomendasikan kepada wisatawan lain

untuk berkunjung ke Pantai Mutun. Dimensi *act* lebih berkaitan dengan pengalaman fisik yang mencakup faktor gaya hidup dan lokasi seperti wisatawan yang hobi berlibur ke pantai dengan lokasi Pantai Mutun yang mudah diakses. Sedangkan *relate* berkaitan dengan status sosial seseorang yang terdiri dari gender, pekerjaan, dan budaya seperti wisatawan laki-laki maupun perempuan dari kalangan menengah kebawah hingga kalangan menengah ke atas dapat berkunjung ke Pantai Mutun. Dengan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan atau mengesankan selama berkunjung ke Pantai Mutun, pengalaman tersebut akan mendorong wisatawan merasa puas dan melakukan kunjungan kembali serta menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain.

Menumbuhkan kepuasan dan loyalitas dalam pemasaran dapat dilakukan dengan menciptakan persepsi positif dibenak konsumen mengenai produk yang didapatkan dan pengalaman yang mengesankan dari konsumen yang sudah menggunakan produk tersebut. Sementara itu kepuasan wisatawan mendorong wisatawan untuk loyal terhadap destinasi wisata dengan melakukan kunjungan kembali dan bersedia untuk merekomendasikan destinasi wisata kepada orang lain. Mempertahankan dan meningkatkan kepuasan wisatawan penting untuk diperhatikan oleh pengelola destinasi wisata. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan komitmen pengunjung agar berkeinginan untuk datang berkunjung kembali. Rasa puas yang ditawarkan dapat menumbuhkan wisatawan untuk bersikap loyal pada destinasi wisata. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Andreas dkk (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan wisatawan dapat menumbuhkan rasa loyalitas wisatawan dalam berkunjung ke destinasi wisata. Dalam penelitian Ratna, dkk (2019) kepuasan yang dirasakan wisatawan dapat dipengaruhi oleh citra destinasi dan *experiential marketing* yang dimiliki suatu destinasi wisata.

Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan kepada 30 responden yang kebanyakan adalah perempuan 63%, berusia 19-23 tahun 60%, pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa 36% dengan rata-rata melakukan kunjungan sebanyak satu kali

ke Pantai Mutun 43%. Didapat bahwa alasan berkunjung ke Pantai Mutun adalah :



Gambar 1.2 Alasan berkunjung ke Pantai Mutun berdasarkan hasil prasurvey

Dapat dilihat pada gambar diatas bawasannya dari 30 responden yang berkunjung ke Pantai Mutun memiliki yaitu : Pantai Mutun memiliki pemandangan yang indah sebanyak 10%, lokasi Pantai Mutun dekat dengan pusat Kota Bandar Lampung sebanyak 33%, fasilitas dan wahana bermain di Pantai Mutun cukup lengkap sebanyak 47%, dan Pantai Mutun memiliki lokasi pantai yang bersih sebanyak 10%.



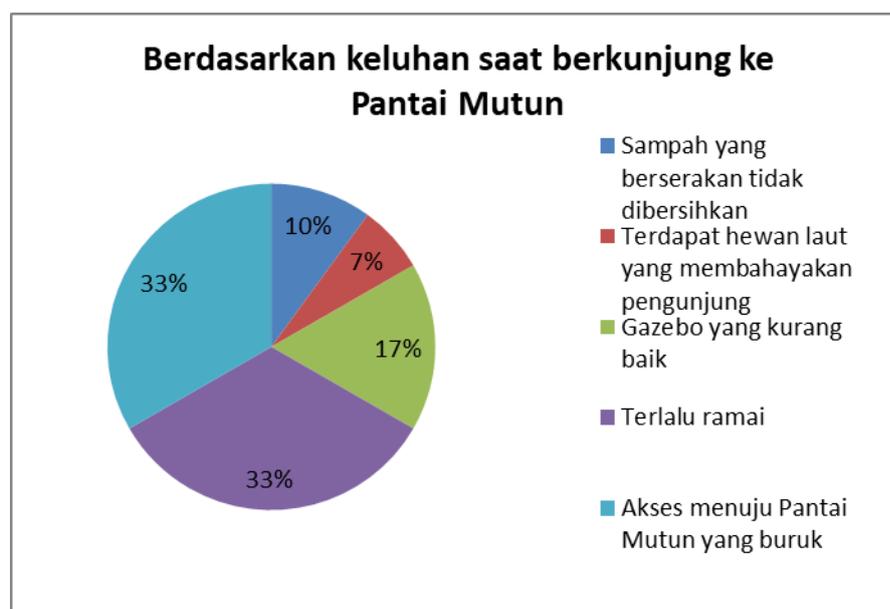
Gambar 1.3 Berkunjung kembali ke Pantai Mutun berdasarkan hasil prasurvey

Terlihat pada gambar 1.3 tentang berkunjung kembali ke Pantai Mutun yang dilakukan kepada 30 responden adalah 67% menjawab ya dan 33% menjawab tidak.



Gambar 1.4 Akan merekomendasikan Pantai Mutun ke orang lain berdasarkan hasil prasurvey

Terlihat pada gambar 1.4 tentang akan merekomendasikan Pantai Mutun ke orang lain yang dilakukan kepada 30 responden adalah 20% responden menjawab ya dan 80% responden menjawab tidak.



Gambar 1.5 Keluhan saat berkunjung ke Pantai Mutun berdasarkan hasil prasurvey

Terlihat pada gambar 1.5 tentang keluhan saat berkunjung ke Pantai Mutun berdasarkan dari 30 responden adalah sampah yang berserakan tidak dibersihkan sebanyak 10%, terdapat hewan laut yang membahayakan pengunjung sebanyak 7%, gazebo yang kurang baik sebanyak 17%, terlalu ramai dan akses Pantai Mutun yang buruk sebanyak 33%

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan kepada 30 responden dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Pantai Mutun kurang memiliki rasa loyalitas terhadap Pantai Mutun. Hal ini disebabkan karena wisatawan hanya ingin berkunjung satu kali saja dan tidak ingin merekomendasikan Pantai Mutun kepada orang lain serta memiliki keluhan yang cukup dominan pada Pantai Mutun yaitu pantai yang terlalu ramai dan akses menuju Pantai Mutun cukup buruk yang menyebabkan wisatawan enggan datang kembali.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai “**PENGARUH CITRA DESTINASI DAN EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP LOYALITAS WISATAWAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PANTAI MUTUN**”. Dengan mengetahui besarnya pengaruh tersebut, maka perusahaan akan lebih mudah dalam menentukan strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi serta keadaan yang sedang dihadapi oleh Pantai Mutun.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Mutun?
2. Apakah ada pengaruh antara *experiential marketing* terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Mutun?
3. Apakah ada pengaruh antara citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun?
4. Apakah ada pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas wisatawan

di Pantai Mutun?

5. Apakah ada pengaruh antara kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini ada pengunjung yang berada di Pantai Mutun Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah Citra Destinasi, *Experiential Marketing*, Loyalitas Wisatawan, dan Kepuasan Wisatawan Pantai Mutun.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah Pantai Mutun yang berada di Desa Sukajaya Lempasing Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Desember 2019 sampai Februari 2020.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah Citra Destinasi, *Experiential Marketing*, Loyalitas Wisatawan dan Kepuasan Wisatawan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Mutun.
2. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap keputusan berkunjung kepuasan wisatawan di Pantai Mutun.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun.

4. Untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam bidang ekonomi yang berhubungan dengan citra destinasi, *experiential marketing*, kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan.
- b. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat dibangku perkuliahan.

1.5.2 Bagi Pantai Mutun

Bagi pengelola Pantai Mutun penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan informasi akan hal-hal yang membuat pengunjung selalu ingin berkunjung ke Pantai Mutun yang selanjutnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan.

1.5.3 Bagi Instansi IIB Darmajaya

Menambah referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

1.6.1 BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah penelitian, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian penulisan tentang “Pengaruh Citra Destinasi dan *Experiential Marketing* Terhadap

Loyalitas Wisatawan Di Pantai Mutun Melalui Kepuasan Wisatawan”

1.6.2 BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan tentan teori-teori yang berhubungan dengan pariwisata, citra destinasi, *experiential marketing*, kepuasan wisatawan dan loyalitas wisatawan serta kerangka pikir dan hipotesis.

1.6.3 BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesisi mengenai citra destinasi, *experiential marketing*, kepuasan wisatawan, dan loyalitas wisatawan di Pantai Mutun.

1.6.4 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh pengaruh citra destinasi dan *experiential marketing* terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Mutun melalui kepuasan wisatawan.

1.6.5 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.