

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar didunia, Memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang semuanya merupakan sumberdaya dan modal dalam industri kepariwisataan. Dimana pariwisata mempunyai peranan penting dalam membangun perekonomian Indonesia. Salah satu kontribusi penting yang diharapkan dari pembangunan pariwisata adalah peningkatan devisa dan perluasan kerja. Kegiatan pariwisata merupakan Sektor-migas. Yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Negara (yoeti,2008).

Sebagai salah satu provinsi di Indonesia. Sumatera Barat memiliki destinasi wisata mulai dari pantai, laut, pulau, danau, bukit, lembah, pegunungan, kuliner hingga kekayaan adat istiadat. Keindahan alam bumi Ranah Minang nan elok bukan gambar-gembor semata, ternyata sebagian besar wisatawan yang berkunjung mengakui daerah ini memiliki daya tarik berupa alam yang indah. (warta ekonomi 2019)

Wisatawan yang datang ke Sumatera Barat bukan hanya dari wisatawan domestik tetapi juga wisatawan mancanegara. Di kota Padang saat ini, sektor pariwisata menjadi salah satu fokus pemerintah, ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung objek wisata di kota Padang berdampak yang berdampak positif bagi perekonomian masyarakat yang ada disekitar objek wisata tersebut, itu semua tidak terlepas dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat. Kota Padang memiliki banyak tempat wisata yang bisa dikunjungi oleh wisatawan, salah satu objek wisata di kota Padang yang paling ramai dan banyak dikunjungi oleh wisatawan untuk mengisi liburan bersama keluarga yaitu objek wisata Pantai Padang, pantai ini terbagi menjadi dua yaitu pantai Muaro Lasak dan pantai Cimpago, kedua pantai

ini adalah tujuan utama para wisatawan apabila berkunjung ke Kota Padang, pantai ini memiliki pemandangan yang menjadi produk utama dan kuliner yang disediakan serta pemandangan yang bisa memanjakan mata pengunjung, dengan menikmati pemandangan terbitnya atau terbenamnya matahari sambil menikmati kuliner yang disediakan oleh para pedagang atau bersantai dan bermain dipinggir pantai dan menikmati desiran ombak yang menyapa. Dengan lokasinya yang sangat strategis yaitu dekat dengan kota menjadikan pantai ini sebagai tujuan utama ketika berkunjung ke Kota Padang. Pantai Padang sebagai tujuan untuk dikunjungi dapat di lihat dari data survei awal.

Tabel 1.1
Data Survei Awal Pada Wisatawan
Pantai Padang Di Kota Padang
Tahun 2020

No	Pernyataan	ya	Tidak	Ya %	Tidak %
1	Saya mengunjungi pantai padang karna mengisi waktu luang dan refresing	20	10	66,7	33,33
2	Sebelum mengunjungi Saya akan mencari informasi tentang pantai padang	23	7	76,7	23,3
3	Saya sangat yakin ketika akan mengunjungi pantai padang	24	6	80	20
4	Merekomendasikan orang lain untuk berkunjung ke destinasi wisata pantai Padang	17	13	57	43,3
5	Saya akan mengunjungi pantai padang kembali	18	12	60	40
	Total	30		100	

Sumber : Survey awal 2020

Berdasarkan dari tabel 1.1 dapat dilihat dari 3 item pernyataan diperoleh informasi dari 30 responden yang menjawab item item pernyataan diatas bahwa pada item pernyataan pertama presentase yang mengatakan ya 66,7% dapat dikatakan bahwa wisatawan akan mengatakan hal-hal positif tentang Pantai Padang cukup baik, pada item pernyataan kedua presentasi yang mengatakanya ya 76,7% dapat dikatakan bahwa wisatawan cukup baik dalam

hal melakukan mempertimbangkan ketika akan mengunjungi Pantai Padang, pada item pernyataan ketiga dapat presentasi yang mengatakan ya 80% dapat dikatakan baik dalam hal merekomendasikan kepada orang lain, Pernyataan ke empat presentasi 57% ini dapat dikatakan tidak baik dalam merekomendasikan kepada orang lain, pernyataan kelima persentasi mengatakan iya yaitu 60% sehingga dapat dikatakan cukup baik.

Pengunjung yang datang banyak didasari oleh lokasi yang dekat dengan kota padang selain itu pantai yang menawarkan keindahan alam yang ada. Setelah diobservasi diPantai Padang terdapat beberapa kekurangan yang membuat keresahan para wisatawan, penyebab dari keresahan para wisatawan adalah di bagian Pantai Muaro Lasak yaitu kurangnya atau minimnya lokasi parkir yang tersedia. Untuk kendaraan, sehingga para wisatawan banyak yang memarkiran kendaraan dibahu jalan dan menyebabkan kemacetan jalan, kurang tersedianya tempat pembuangan sampah sehingga membuat wisatawan bingung meletakkan sampah yang ada dan banyaknya sampah juga dipicu oleh sampah dari dapur dari para pedagang yang berjualan disepanjang pantai, kurangnya atau minimnya petugas pengawas atau yang berjaga-jaga disepanjang pantai padang menjadi wisatwan resah apabila ada hal yang tidak diinginkan terjadi.

Menurut Manulang (1990:84) Keputusan berkunjung yang terjadi bisa dapat dipengaruhi oleh Lokasi untuk meningkatkan keputusan berkunjung., bahwa pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan kunjungan, diantaranya harus sesuai dengan kriteria seperti pusat kegiatan ekonomi yaitu perkantoran, perbankan, pertokoan, hiburan dan lain-lain . Konsumen selalu ingin membeli produk yang mudah dijangkau, dalam akses dan transportasi keluar masuk kendaraan menuju lokasi objek wisata dan cepat misalnya berada didekat jalan raya atau berada dipusat kota.sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (purnama dan

murwatiningsih, 2004), menemukan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya untuk produk wisata yaitu sesuatu yang menarik bagi pengunjung sehingga menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan kepantai padang, pantai padang sendiri memiliki daya tarik yaitu keindahan alamnya, fasilitasnya serta kuliner yang ditawarkan oleh penjual disepanjang pantai padang yang membuat wisatawan ingin mengunjungi pantai padang. Menurut Tjiptono (1997:103) menjelaskan “Atribut produk adalah unsur - unsur produk yang paling penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan”. Konsumen di sini dalam perspektif pariwisata adalah para wisatawan yang hendak melakukan kunjungan ke destinasi wisata. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widya Muna Mayasari dan Agung Budiatmo, 2017), mengatakan bahwa variabel Produk wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya untuk *Word of Mouth* Menurut (Rangkuti, 2009:77) mengatakan bahwa *Word of Mouth* adalah usaha pemasaran yang memicu pelanggan untuk mempromosikan dan merekomendasikan, dan menjual suatu produk, jasa, atau merek kepada pelanggan lain. Menurut Kotler dan Keller (2009) *Word-of-Mouth* merupakan pembicaraan antara satu orang dengan yang lain, melalui surat, atau komunikasi secara langsung atau komunikasi menggunakan media elektronik mengenai keunggulan atau pengalaman pada saat membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. *Word of Mouth* memberikan efek yang positif bagi konsumen berupa berkurangnya resiko pembelian seperti mendapatkan produk cacat atau produk yang tidak berkualitas, meningkatkan pengetahuan akan perusahaan, meningkatkan kondisi psikologis (seperti perasaan lega) dan memperbesar kemungkinan untuk melakukan pembelian. *Word Of Mouth* dapat menunjukkan dengan jelas apakah informasi yang diberikan berhubungan dengan ketertarikan secara emosional, kejadian nyata atau hanya

sebagai provokasi (Nisbet dan Ross, 1980 ; 45). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (sigit indrawijaya, 2012), Bahwa variabel word of mounth berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan uraian sebelumnya maka dapat dimaknai bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh Lokasi, Produk wisata, dan *Word of Mouth*. Dengan demikian peneliti ingin lebih lanjut membahas lebih jauh dengan judul “Pengaruh Lokasi,Produk Wisata , Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pantai Padang”

2.2 Perumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata Pantai Padang?
2. Apakah Produk Wisata berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung kepantai Padang ?
3. Apakah *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Berkunjung kepantai Padang?

2.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan.Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah.

1. Untuk menganalisa pengaruh Lokasi terhadap Keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata pantai Padang?
2. Untuk menganalisa pengaruh Produk Wisata terhadap wisatawan mengunjungi objek wisata pantai Padang?
3. Untuk menganalis pengaruh *Word Of Mouth* terhadap wisatawan menngunjungi objek wisata pantai Padang?

2.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah.

1. Bagi akademik, Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis dimana hasil yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis mengenai Lokasi, Produk Wisata dan *Word of Month*.
2. Bagi instansi pemerintah, penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan sebagai masukan untuk menganalisa pengaruh Lokasi, Produk Wisata dan *Word of Mouth* terhadap keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata Pantai Padang