

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki destinasi alam indah serta kebudayaan yang beragam, dengan modal tersebut menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata pilihan dan mampu bersaing hingga kanca Internasional. Hal ini menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor dengan penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Dapat kita simpulkan bahwa pariwisata dapat menjadi jalan keluar dari berbagai masalah perekonomian yang ada di Indonesia.

Pariwisata merupakan sektor yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Sejalan dengan perkembangan sektor pariwisata di Indonesia, hal ini berdampak positif terhadap kemajuan suatu daerah yang dapat dirasakan oleh masyarakat. Pengembangan destinasi wisata perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah secara berkala agar target-target dan harapan dari pemangku kepentingan dapat tercapai. Oleh sebab itu pemerintah dan asosiasi terkait serta pelaku usaha (industri) perlu melakukan kerjasama dan evaluasi untuk mendukung program destinasi wisata yang dicanangkan oleh pemerintah.

Produk pariwisata memiliki cangkupan yang sangat luas, yang dimana keseluruhannya masing-masing ditawarkan oleh berbagai industri yang terkait dengan kegiatan perjalanan tersebut. Menurut Meler & Cerovic dalam Abdullah (2017) produk pariwisata perlu dilihat secara utuh yang terdiri dari *material* (barang) dan *immaterial* (jasa). Hal ini juga sejalan dengan pendapat Benur & Bramwell (2015) bahwa pariwisata merupakan suatu pengalaman yang terbentuk dari banyak komponen yang sifatnya *tangible* dan *intangibile*. Produk pariwisata merupakan kartu kunci untuk menarik wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi wisata (Benur & Bramwell, 2015).

Menurut Smith & Deppa dalam Abdullah (2017) Atribut jika didefinisikan adalah dimensi-dimensi atau elemen-elemen yang membentuk suatu kriteria untuk mengevaluasi pengalaman mengkonsumsi, meskipun pengalaman tersebut sempit atau luas. Telah banyak studi terdahulu mengenai atribut pariwisata yang digunakan untuk menilai destinasi sebagai negara atau kota, maupun penilaian berdasarkan kegiatan wisatanya.

Berbagai ahli yang telah melakukan studi atribut secara lebih spesifik diantaranya seperti Benur & Bramwell dalam Abdullah (2017) yang menjelaskan bahwa terdapat atribut fisik dan lingkungan yang berkaitan dengan *climatic conditions*, *landscape*, dan *ecology*. Studi lainnya yang menilai destinasi berbasis alam dilakukan oleh Abdurahman et al (2016) yang menilai *ecotourism product attributes* yaitu *historical*, *cultural*, *attraction*, dan *community*. Juga terdapat ahli yang menggunakan atribut dalam menilai suatu destinasi atau produk pariwisata dengan menggunakan inisial "A", diantaranya yaitu Chahal & Devi dalam Abdullah (2017) yaitu 5A (*attraction*, *accommodation*, *accessibility*, *awareness*, *ancillaries service*) dan ada Holloway, Humphreys dan Davidson dalam Abdullah (2017) yaitu 3A (*attractions*, *amenities*, *accessibility*).

Menurut Robert Christie Mill dalam Abdullah (2017) menyatakan bahwa atribut pariwisata terdiri dari *attractions*, *facilities*, *transportation*, dan *hospitality*. Lalu lebih lanjut Mill dalam Abdullah (2017) menjabarkan *Attractions* merupakan hal yang menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi. Para wisatawan yang melakukan perjalanan tentunya membutuhkan pelayanan yang terkait dengan atribut *facilities*, Kemudian yang termasuk kedalam fasilitas diantaranya tempat istirahat, restoran, pelayanan pendukung, dan infrastruktur. Selain fasilitas juga dibutuhkan *transportation* sebagai alat menuju dan antar destinasi. Dan yang terakhir *Hospitality* yang memegang peranan penting dalam dunia pariwisata. Pada

dasarnya, *hospitality* secara umum memiliki arti perasaan diterima ketika berada di destinasi.

Produk pariwisata yang merupakan keseluruhan pengalaman dari wisatawan tentunya akan lebih tepat jika dinilai oleh para wisatawan yang merasakan produk ini secara langsung. Produk pariwisata di suatu destinasi pariwisata sangat kompleks dan terkait banyak hal. Oleh karena itu, para ahli menggunakan berbagai atribut pariwisata agar keseluruhan produk ini bisa terukur dengan baik salah satunya dalam hal upaya pemenuhan kepuasan para pengunjung destinasi.

Zikmund et al dalam Aprilia et al., 2017 mendefinisikan kepuasan adalah evaluasi setelah pembelian dari hasil perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Selanjutnya Suryadana & Octavia dalam Aprilia, Sunarti, & Pangestuti (2017) menjelaskan bahwa apabila hasil produk lebih rendah dari harapan maka wisatawan merasa tidak puas, apabila hasil produk sesuai harapan maka wisatawan merasa puas, dan apabila hasil produk melebihi harapan maka wisatawan akan merasa sangat puas.

Kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh pengelola yang bergerak di bidang pariwisata karena merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu bisnis dan menjadi patokan utama dalam kesuksesan pariwisata (Le & Le, 2020). Menurut Kotler dalam Hadi (2019) Kepuasan konsumen merupakan fungsi kedekatan antara harapan konsumen (*customer expectation*) dengan bukti jasa yang dirasakan konsumen (*perceived performance*).

Lampung merupakan salah satu provinsi di bagian ujung Pulau Sumatra. Ibu kota dan pusat pemerintahannya berada di Kota Bandar Lampung. Provinsi ini memiliki dua kota yaitu Bandar Lampung dan Metro, serta 13 kabupaten. Letak dari geografis Lampung membuat provinsi ini dikelilingi dengan perairan yang luas. Wisata alam berupa laut menjadi salah satu destinasi unggul yang dimiliki oleh Lampung.

Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung. Kabupaten Pesawaran dibentuk dengan Undang-Undang No. 33 Tahun 2007 Tanggal 10 Agustus 2007 (Perkim.id, 2022). Kabupaten Pesawaran memiliki keindahan alam yang sangat menakjubkan dan telah menarik banyak minat kunjungan wisatawan. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pesawaran Lampung dalam 7 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Pesawaran Lampung

Tahun	Wisatawan
2016	744.100
2017	928.500
2018	1.155.857
2019	1.387.029
2020	873.829
2021	1.135.978
2022	704.632

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran, 2023

Dari data yang telah disajikan di atas, menunjukkan bahwa penurunan drastis terjadi pada tahun 2020 yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Lalu pada tahun 2021 terjadi kenaikan yang tidak terlalu signifikan dan pada tahun 2022 kembali terjadi penurunan dengan tajam. Tahun 2023 menjadi tantangan bagi Pemerintah Kabupaten Pesawaran dan pengelola objek wisata untuk tetap menjaga keeksistensian dalam mempertahankan ekosistem industri pariwisata agar produk pariwisata Kabupaten Pesawaran tetap berjalan.

Objek pariwisata di Kabupaten Pesawaran memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan bagi masyarakat sekitar maupun pendapatan daerah Kabupaten Pesawaran Lampung. Kabupaten Pesawaran memiliki

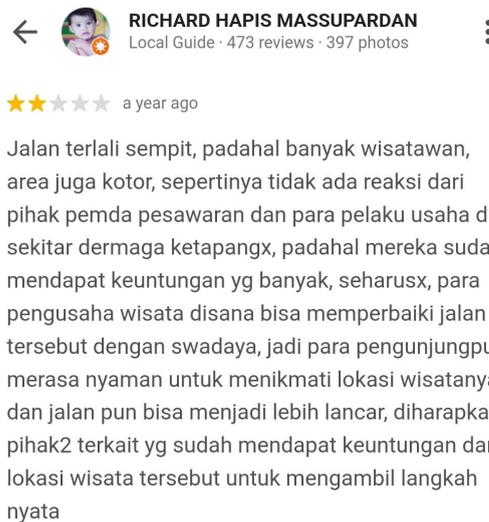
potensi pantai, pulau, budaya, hingga produk pariwisata lain yang berlimpah dan unik.

Pulau Pahawang merupakan salah satu wisata unggul yang terletak di wilayah Kecamatan Punduh Pidada, Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. Destinasi ini menawarkan pengalaman menginap di *cottage* atas laut hingga *island hopping*. Dengan menawarkan keindahan pantai dan bawah lautnya, pulau Pahawang berhasil menarik minat wisatawan domestik hingga mancanegara. Pulau ini memiliki banyak pantai dengan pasir yang putih dan hamparan hutan mangrove yang lebat. Pulau ini menawarkan aktivitas seru seperti *snorkeling* dan *diving* bagi para wisatawan (Disparekraf Lampung, 2022).

Pahawang island memiliki potensi alam yang seharusnya dapat dimanfaatkan secara optimal oleh para pengelola destinasi wisata. Namun berdasarkan pengalaman pribadi yang penulis alami ketika mengunjungi destinasi Pahawang Island, penulis masih menemukan fasilitas-fasilitas yang kurang memadai seperti lahan parkir yang berlokasi di dermaga ketapang yang merupakan titik poin utama aktivitas penyeberangan Pahawang Island masih terlalu minim untuk menampung transportasi para wisatawan yang berkunjung.

Permasalahan lain yang berkaitan dengan infrastruktur juga disampaikan oleh salah satu wisatawan yang mengunjungi Pahawang Island, melalui *Google review* pengguna internet dengan nama Richard Hapis Massupardan menyatakan “Jalan terlalu sempit, padahal banyak wisatawan, area juga kotor, sepertinya tidak ada reaksi dari pihak pemda pesawaran dan para pelaku usaha di sekitar dermaga ketapang, padahal mereka sudah mendapat keuntungan yang banyak, seharusnya para pengusaha wisata disana bisa memperbaiki jalan tersebut dengan swadaya, jadi para pengunjung pun merasa nyaman untuk menikmati lokasi wisatanya, dan jalan pun bisa menjadi lebih lancar, diharapkan pihak terkait yang sudah mendapat keuntungan dari lokasi wisata tersebut untuk

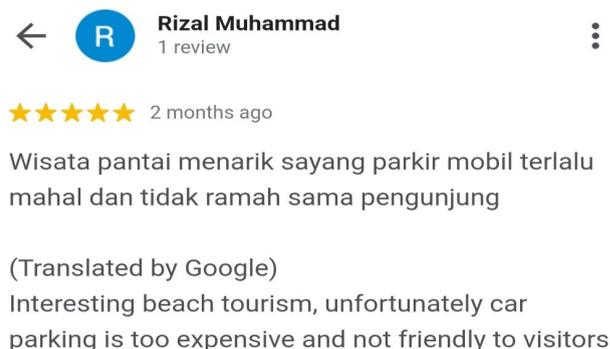
mengambil langkah nyata.” Sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1
Ulasan Pengunjung Pahawang Island

Sumber: Google review summary, 2023

Keluhan lain juga penulis temukan berkaitan dengan *hospitality* atau keramahtamahan pengelola area wisata. Keluhan ini disampaikan melalui *Google review* oleh pengguna internet dengan nama Rizal Muhammad yang menyayangkan tarif parkir yang tinggi dan kurangnya keramahtamahan pengelola daerah wisata dengan pengunjung, Sebagaimana ditampilkan pada Gambar 1.2 berikut.



Gambar 1.2
Ulasan Pengunjung Pahawang Island

Sumber: Google review summary, 2023

Seperti yang telah dijabarkan oleh Robert Christie Mill dalam Abdullah (2017) yang menyatakan bahwa *attractions, facilities, transportation, dan hospitality* merupakan dimensi dari atribut produk wisata yang memegang peranan utama dalam suatu kawasan atau destinasi wisata. Berdasarkan ulasan yang telah dijabarkan diatas penulis menemukan bahwa *tourism product attribute* pada kawasan Pahawang Island seharusnya dapat memberikan pengalaman baik serta mempengaruhi kepuasan wisatawan yang menjadi poin utama dalam sebuah destinasi wisata.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Abdullah (2017) tentang Penilaian Wisatawan Akan Atribut Pariwisata di Kota Batu bahwa dimensi *hospitality* diikuti dengan fasilitas, atraksi, dan transportasi mendapatkan nilai yang baik dari para wisatawan yang mengunjungi Kota Batu.

Pendapat lain dari peneliti Ningtias, Waluya, & Khaerani (2022) mengenai Pengaruh *Tourism Product Attributes* Terhadap *Tourist Satisfaction* Di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran menyatakan bahwa secara simultan *tourism product attributes* dengan dimensi *service, image, transportation, well-being, information/communication, dan attractions/experiences* secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *tourist satisfaction* di Desa Wisata Kertayasa Kabupaten Pangandaran.

Berdasarkan permasalahan yang ada serta dengan melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, maka penulis ingin melakukan pengujian terhadap variabel *tourism product attributes* yang terdiri dari dimensi *attractions, facilities, transportation, dan hospitality* dan pengaruhnya terhadap *tourist satisfaction* di Pahawang Island, serta ingin mengetahui dimensi yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap *tourist satisfaction*, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Tourism Product Attributes* Terhadap *Tourist Satisfaction* Di Objek Wisata Pahawang Island”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Attractions* berpengaruh terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pahawang Island?
2. Apakah *Facilities* berpengaruh terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pahawang Island?
3. Apakah *Transportation* berpengaruh terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pahawang Island?
4. Apakah *Hospitality* berpengaruh terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pahawang Island?
5. Apakah *Tourism Product Attributes* secara menyeluruh berpengaruh terhadap *tourist satisfaction* di objek wisata Pahawang Island?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari pembahasan menjadi terlalu luas, maka peneliti akan membatasi ruang lingkup dari penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu implementasi dari empat dimensi *tourism product attributes* antara lain *attractions*, *facilities*, *transportation*, dan *hospitality* terhadap *tourist satisfaction* dengan dimensi yaitu *expectation* dan *perceived performance*, pada wisatawan yang mengunjungi objek wisata Pahawang Island.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah yang dituliskan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Attractions* terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung di objek wisata Pahawang Island.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Facilities* terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung di objek wisata Pahawang Island.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Transportation* terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung di objek wisata Pahawang Island.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Hospitality* terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung di objek wisata Pahawang Island.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Tourism Product Attributes* secara menyeluruh terhadap *tourist satisfaction* yang berkunjung di objek wisata Pahawang Island.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengimplementasikan tentang Pengaruh *Tourism Product Attributes* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Pahawang Island. Manfaat bagi penulis, penelitian ini sebagai media pembelajaran agar memperoleh pengetahuan dan pemahaman antara teori dan praktek lapangan serta sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dalam berpikir ilmiah dan kemampuan dalam mengatasi masalah, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi dalam memperoleh gelar sarjana terapan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi oleh para pihak pengelola objek wisata Pahawang Island mengenai pengaruh *tourism product attributes* terhadap kepuasan pengunjung di objek wisata Pahawang Island sehingga dapat menjadi informasi bagi pihak terkait dalam upaya peningkatan kawasan objek wisata.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi sebagai bahan rujukan dan pustaka bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi dalam melakukan penelitian lanjutan di bidang yang sama. Serta diharapkan dapat memberikan informasi kepada

pembaca dalam meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh *Tourism Product Attributes* terhadap *Tourist Satisfaction* di objek wisata Pahawang Island.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini sehingga dapat menggambarkan hubungan antar bab dimana masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Batasan Masalah
- 1.4 Tujuan Penelitian
- 1.5 Manfaat Penelitian
- 1.6 Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- 2.1 Definisi Pengaruh
- 2.2 Definisi Pariwisata
- 2.3 *Tourism Product Attributes*
- 2.4 *Tourist Satisfaction*
- 2.5 Penelitian Terdahulu
- 2.6 Kerangka Pemikiran
- 2.7 Hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Pendekatan Penelitian
- 3.2 Lokasi Penelitian
- 3.3 Jenis dan Sumber data
- 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel
- 3.5 Definisi Operasional Variabel
- 3.6 Teknik Pengumpulan Data

- 3.7 Skala Pengukuran
- 3.8 Uji Instrumen Data
- 3.9 Uji Asumsi Klasik
- 3.10 Analisis Statistik
- 3.11 Koefisien Determinasi
- 3.12 Analisis Regresi Linier Berganda

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.2 Deskripsi Karakteristik Responden
- 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian
- 4.4 Hasil Uji Instrumen Data
- 4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- 4.6 Hasil Analisis Statistik
- 4.7 Koefisien Determinasi
- 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- 4.9 Pembahasan

BAB V PENUTUP

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran