

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam memberi peluang pekerjaan, pendapatan, taraf hidup dan dapat meningkatkan sektor ekonomi lain. Indonesia sebagai satu negara yang berada di khatulistiwa dan mempunyai beribu-ribu pulau dan kekayaan alam flora dan fauna, Keindahan alam pegunungan dan lautan, keindahan hutan rimba dan kehidupannya serta kelezatan makanannya ditambah dengan keramahan penduduknya dengan berbagai adat dan budaya. Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk menciptakan industri pariwisata.

Industri pariwisata telah menjadi aktivitas dan bisnis yang semakin berkembang pesat serta menjadi salah satu sumber pendapatan baik bagi negara, pelaku usaha dan masyarakat. Pariwisata telah menjadi industri dan juga suatu bisnis yang semakin berkembang sehingga memberikan keuntungan dalam meningkatkan devisa negara karena mampu menyediakan lapangan kerja, sumber pendapatan dan mendorong kemajuan industri lainnya (Wang *et al.*,2017; Cucculielli dan Goffi, 2015)

Kemajuan industri pariwisata harus didukung dengan berbagai sector seperti pengembangan atraksi, akomodasi, layanan dan fasilitas. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap kemajuan pariwisata di suatu daerah yang memiliki potensi wisata serta menimbulkan citra yang baik pada daerah tujuan wisata. Pencitraan destinasi sebagai alat pemasaran yang berpotensi kuat saat menghadapi persaingan yang kompetitif. Suatu negara harus menyajikan atribut destinasi dan menawarkan keuntungan sesuai dengan kebutuhan dan harapan wisatawan. Daya tarik wisata yang unik dan berbeda dengan destinasi lain akan mendorong

wisatawan untuk datang dan berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Daerah tujuan wisata merupakan tempat yang menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan perjalanan kesuatu daerah, kota atau negara. Banyak jenis wisata yang bisa menjadi pilihan wisatawan seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata minat khusus, wisata religi, wisata kuliner dan sebagainya.

Wisata Kuliner bisa menjadi salah satu pertimbangan wisatawan dalam pemilihan daerah tujuan wisata untuk berlibur. Pada sekarang ini, wisata kuliner dengan cepat menjadi salah satu bidang yang paling menarik dan populer dalam industri pariwisata. Kuliner merupakan aspek mendasar dari budaya suatu daerah dan wisata kuliner dapat meningkatkan identitas destinasi karena sangat terkait dengan cara hidup, produksi, local, perayaan budaya, dan warisan masa lampau.

Memiliki kekayaan kuliner warisan leluhur yang seharusnya patut untuk diwariskan dan dilestarikan. Kekayaan kuliner bahkan bisa dikembangkan menjadi destinasi wisata yang bisa dikunjungi sekaligus wisatawan dapat menikmati kuliner local dari daerah tujuan wisata. Bisnis kuliner yang sekarang banyak muncul seperti restoran dan rumah makan yang menyajikan berbagai menu makanan khas dari daerah daerah tertentu. Banyak munculnya tempat kuliner yang serupa menuntut para pelaku usaha kuliner merancang strategi agar dapat memberikan kesan yang baik bagi wisatawan dengan memberikan kepuasan, melalui kinerja yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Hal tersebut bisa menjadi salah satu factor pengambilan keputusan wisatawan dalam berkunjung.

Proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung kesuatu destinasi wisata seringkali mempertimbangkan citra daerah tujuan wisata. Citra akan timbul dibenak wisatawan jika setidaknya ada sedikit pengetahuan tentang suatu destinasi. (Horng *et al.*, 2012) menjelaskan bahwa konsep merek dalam wisata dapat digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh citra destinasi dan persepsi nilai pengalaman

terhadap minat perjalanan. Kuliner dapat menciptakan citra yang kuat dan unik, memotivasi minat wisatawan untuk berkunjung dan berkunjung ulang. Makanan tradisional termasuk jenis bahan gaya memasak, atau cita rasa kuliner disuatu destinasi memiliki kelebihan yang tidak dimiliki di destinasi lain.

Pada konteks ini, wisatawan bertindak sebagai penilai yang akan berbagi pengalaman dan merekomendasikan suatu destinasi kepada orang lain, maka pengelola destinasi harus berupaya mampu secara tepat dan cepat menyediakan produk dan layanan berkualitas baik sehingga akan mengevaluasi layanan ini secara positif. Jika wisatawan merasa puas dengan pelayanan di destinasi wisata, maka wisatawan akan menghargai kualitas pelayanan disuatu destinasi dan merespon secara positif dan akan memunculkan minat yang lebih besar untuk berkunjung kembali ke destinasi atau membuat rekomendasi.

Provinsi Sumatera Selatan terdiri dari 12 pemerintahan Kabupaten dan 4 pemerintahan kota, dengan beragam suku, bahasa, kebudayaan dan aneka jenis kuliner/makanan tradisional yang memiliki kekhasan tersendiri dari setiap daerah. Kayuagung merupakan ibukota dari Kabupaten Ogan Komering Ilir dan salah satu kabupaten dan kota di Provinsi Sumatera Selatan yang juga memiliki potensi wisata yang harus dikembangkan seperti wisata alam, wisata buatan, wisata budaya dan wisata kuliner.

Wisata kuliner salah satunya yang memiliki potensi untuk dikembangkan di Kota Kayuagung karena berada di kawasan strategis yaitu di pinggiran jalan lintas sumatera yang banyak dilalui baik kendaraan pribadi maupun angkutan umum antar provinsi. Masakan lokal yang tersedia dan ditawarkan oleh pengelola kuliner relative mudah ditemukan pada saat wisatawan berkunjung ke Kota Kayuagung. Yang menjadi daya tariknya yaitu Kuliner lokal yang ditawarkan oleh pengelola beranekaragam seperti, pindang meranjat, pindang pegagan, pindang burung, pindang salai, pindang patin dan berbagai jenis pindang lainnya. Selain itu, daya tarik lainnya yang ditawarkan oleh pengelola wisata kuliner di Kota Kayuagung

kepada wisatawan yaitu bangunan yang dibuat seperti rumah panggung, masih menggunakan kayu dan papan sebagai bahan utama bangunan, dan bangunan yang berdiri di atas kolam.

Citra destinasi dan kualitas layanan adalah salah satu topik yang banyak diteliti dalam pariwisata karena kekuatannya mampu memunculkan gambaran – gambaran tertentu di benak wisatawan. Citra destinasi memiliki 2 indikator yang bisa di jadikan pertimbangan dalam memilih daerah tujuan wisata atau destinasi wisata yaitu : 1). Citra destinasi kognitif (*Cognitive destination image*), citra destinasi kognitif, terdiri dari kualitas pengalaman yang didapat oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan dan infrastruktur di lingkungan tersebut, hiburan dan tradisi budaya dari destinasi tersebut. dan 2). Citra destinasi afektif (*Affective destination image*), Citra destinasi afektif, terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik ketika di suatu destinasi.

Sedangkan kualitas layanan memiliki 5 indikator, yaitu: 1). Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. 2). Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. 3). Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin. 4). Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya pada konsumen kepada perusahaan. 5). Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Banyak penelitian yang telah dilakukan bahwa wisatawan melakukan perjalanan ke suatu destinasi karena telah memiliki reputasi sebagai tempat untuk bereksperimen dengan produk local berkualitas (Dunia Pariwisata, 2012:8). Hal ini didukung dengan penelitian Widjianto (2019) bahwa citra

destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung ulang wisatawan ke Objek Wisata Ketap Pass.

Bagi suatu usaha yang bergerak di bidang jasa, pemberian layanan yang berkualitas kepada wisatawan hal yang mutlak dilakukan apabila ingin mencapai tujuan yang diharapkan. Penelitian yang dilakukan Sholichah (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, Semakin dapat memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen maka semakin memberikan kenyamanan pada konsumen, maka konsumen akan lebih merasa puas.

Sejak 1970, destinasi telah memberikan pengertian citra sebagai cerminan dari persepsi dan evaluasi wisatawan yang berbeda. Artinya citra berasal dari persepsi wisatawan yang hasilnya berupa pendapat baik pendapat positif atau negative yang dapat mempengaruhi minat berkunjung wisatawan kesuatu destinasi. Penelitian yang dilakukan Ikhsan, dkk (2017) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh negative terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Wisata Mandeh Pesisir

Penelitian yang di lakukan oleh Sembiring (2017), menyatakan bahwa secara parsial citra destinasi dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan wisatawan dan keputusan berkunjung ulang sedangkan secara simultan citra destinasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dan keputusan berkunjung ulang.

Kajian tentang citra destinasi dan kualitas layanan masih menyisakan ketidakpastian hasil penelitian. Hal ini dilihat dari berbagai penelitian yang menunjukkan ketidak kosistenan hasil, sebagian menyatakan citra destinasi dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung dan sebagian tidak berpengaruh kuat bahkan negative Berdasarkan fenomena diatas, penulis tertarik melakukan penelitian tentang citra destinasi dan kualitas layanan di Kawasan Wisata yang ada di Kota Kayuagung dalam penelitian ini pada bidang kuliner, dengan judul penelitian **“PENGARUH CITRA DESTINASI DAN KUALITAS**

## **LAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE KAWASAN WISATA KULINER KOTA KAYUAGUNG”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner di Kota Kayuagung?
2. Bagaimana kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner di kota Kayuagung?
3. Bagaimana citra destinasi dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan awal yang direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan. Oleh karena itu, penelitian ini di batasi pada “Pengaruh Citra Destinasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Berkunjung ke Kawasan Wisata Kuliner Kota Kayuagung”, dimana factor tersebut dilihat dari 2 unsur yaitu citra destinasi dan kualitas layanan.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner kota kayuagung.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner Kota Kayuagung.
3. Mengetahui pengaruh citra destinasi dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner Kota Kayuagung.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan dan pengetahuan nyata mengenai ilmu pariwisata yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan. selain itu, dengan adanya hasil penelitian ini, penulis berharap hasil tersebut dapat diterima sebagai kontribusi untuk mengembangkan objek wisata/destinasi wisata yang ada di Kota Kayuagung bukan hanya wisata kuliner tetapi semua jenis objek wisata yang ada di Kota Kayuagung.

### **1.5.2 Manfaat Teoritis**

Manfaat akademis yang diharapkan adalah bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan dalam upaya pengembangan ilmu kepawisataan dan untuk menambah referensi perpustakaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan-bahan bagi mahasiswa program studi Usaha Perjalan Wisata khususnya dan pihak yang berkepentingan untuk bahan penelitian sejenis.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **Bab I : Pendahuluan**

Bab yang merupakan pendahuluan yang memberikan gambaran umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II : Landasan Teori**

Merupakan landasan teori yang memuat tentang teori-teori yang mendukung pemecahan masalah.

### **Bab III : Metodologi Penelitian**

Pada metodologi penelitian terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

**Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini penulis menganalisis seberapa besar pengaruh citra destinasi dan kualitas layanan terhadap minat berkunjung wisatawan ke kawasan wisata kuliner Kota Kayuagung.

**Bab V : Penutup**

dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan memberikan saran mengenai pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV.