

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan sebuah bisnis terutama untuk para pemangku kepentingan baik pemerintah, pengelola pariwisata, maupun pengelola sektor penunjang pariwisata, kegiatan pariwisata dianggap sebagai sejumlah hubungan antar fenomena yang timbul dari perjalanan dan tidak membuat tempat tinggal maupun aktivitas bersifat penghasilan. Sedangkan pariwisata sendiri dianggap suatu produk dan perilaku khususnya pada hal ekonomi.¹

Pertumbuhan pariwisata sangat erat kaitannya dengan pergerakan wisatawan. Sifat penting dari suatu pergerakan wisatawan baik dalam negeri maupun internasional menjadi suatu acuan bagi para pihak terkait khususnya para pihak dalam dunia pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak dapat berjalan tanpa adanya wisatawan. Kegiatan pariwisata dilakukan individu atau sekelompok orang untuk mengunjungi suatu lokasi tertentu dengan tujuan pengembangan diri, rekreasi, maupun untuk menikmati daya tarik wisata untuk sementara waktu serta menggunakan berbagai produk pariwisata berupa jasa, biro perjalanan, akomodasi, dan lain sebagainya.²

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang tumbuh dan berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan pariwisata sangat erat kaitannya dengan pergerakan wisatawan. Beberapa sumber juga menyatakan bahwa Sumatera Barat merupakan salah satu daerah destinasi

¹ Adrian Franklin and Mike Crang, —The Trouble with Tourism and Travel Theory?,*||* Tourist Studies (Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA, 2001).

² Erike Anggraeni, Aula Nurul Ma'rifah, —Halal Tourism In Indonesia.*||*

wisata halal yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Adapun wisata yang berkembang di Sumatera Barat adalah wisata religi atau wisata halal. Pariwisata halal yaitu sebagai setiap objek atau tindakan wisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk digunakan atau dilakukan oleh umat Islam dalam industri pariwisata. Salah satu objek wisata halal di Sumatera Barat yaitu Islamic Centre Padang Panjang.

Masyarakat Indonesia masih banyak mengalami kesalah pahaman terkait konsep wisata halal. Konsep wisata halal cenderung kepada Muslim and *Family Friendly*, yang artinya ramah dengan wisatawan muslim dan wisata halal itu bukan bersifat zonasi tetapi pelayanan yaitu memberikan pilihan kepada wisatawan muslim terhadap fasilitas berdasarkan prinsip syariah seperti transportasi, tempat beribadah, kuliner halal, tempat peristirahatan, dan sebagainya yang memiliki sertifikasi halal.³

Keberhasilan suatu wisata di tunjukkan oleh pergerakan wisatawan. Dimana semakin banyak wisatawan yang berkunjung pada suatu objek wisata maka pengembangan potensi wisata dapat dikatakan berhasil. Terdapat banyak faktor yang dapat menunjukkan keberhasilan suatu objek wisata yaitu citra destinasi (*destination image*), Kepuasan wisatawan dan minat wisatawan untuk berkunjung kembali (*revisit intention*). Citra destinasi adalah salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih destinasi wisata.⁴ Citra destinasi merupakan manifestasi dari harapan

³ Astuti, R. D. R. S. (2019). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. Collaborative Governance Dalam Pengembangan Pariwisata Di Indonesia, 01, 331–353.

⁴ Zarmi Pratami Annisa, —Pengaruh Citra Sport Event, Citra Destinasi, Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Event Paralayang Di Puncak Lawang Agam Di Sumatra Barat, (UNIVERSITAS ANDALAS, 2016).

wisatawan, sehingga citra mampu mempengaruhi persepsi wisatawan. Termasuk di dalamnya mempengaruhi kepuasan wisatawan. Citra positif dari destinasi wisata akan menjadi penyangga terhadap kekurangan destinasi dan sebaliknya. Keller mengemukakan *Destination Image* yang positif sangat penting untuk membangun citra keseluruhan di pikiran konsumen.⁵

Hal lain yang mempengaruhi minat berkunjung kembali adalah kepuasan wisatawan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya dibidang hospitaliti. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya.⁶ Sedangkan untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan mancanegara dilakukan dengan meminta tanggapan langsung secara menyeluruh yaitu total perasaan seberapa puas dan tidak puas terhadap total produk pariwisata (overall tourism product) yang dirasakan selama berwisata. Wisatawan mancanegara yang merasa puas berwisata akan sangat berpengaruh terhadap niat kunjungan kembali dimasa yang akan datang oleh wisatawan mancanegara

Usaha di sektor jasa pariwisata sangat menjanjikan, banyaknya para pengusaha memilih untuk membuka usaha jasa pariwisata. Oleh sebab itu penyediaan jasa akan meningkatkan dedikasinya menjadi lebih baik yaitu

⁵ Sayyed Mohsen Allameh et al., —Factors Influencing Sport Tourists' Revisit Intentions: The Role and Effect of Destination Image, Perceived Quality, Perceived Value and Satisfaction, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 2015

⁶ Pratiyudha Sayangbatti Dila dan Baiquni M. "Motivasi dan Persepsi Wisatawan tentang daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjung Kembali di Kota Wisata Batu," n.d. 13.

dengan tujuan menciptakan kepuasan konsumen atas jasa yang diberikan, sehingga pelanggan akan merasa puas untuk berkunjung ke wisata tersebut. Apabila kepuasan konsumen terpenuhi akan memicu untuk kembali berkunjung dan diharapkan akan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang baru.

Wisatawan mancanegara yang merasa tidak puas akan menyebabkan customer exit dan dalam jangka panjang menjadi sesuatu yang sangat potensial dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke tempat tujuan wisata. Sebaliknya wisatawan mancanegara yang merasa puas selama dan sesudah melakukan perjalanan wisata akan menciptakan image yang positif terhadap jasa pariwisata dan mendorong penciptaan loyalitas bagi wisatawan mancanegara dimasa yang akan datang, sehingga pada akhirnya akan mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan pengembangan sector kepariwisataan.

Selanjutnya *Revisit Intention* (Minat Kunjung Kembali) merupakan keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali kesuatu tempat yang pernah disinggahi.⁷ Aviolitasona mendefinisikan minat sebagai suatu dorongan atau keinginan untuk memotivasi seseorang untuk melakukan suatu tindakan tanpa disadar atau tidak akan dilakukannya. Minat kunjung kembali menurut Nuraeni adalah dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan berkunjung kembali ke suatu destinasi yang pernah di datangi.⁸

⁷ Irene Vionita Quenda, —Pengaruh Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Kunjung Kembali Melalui Kepuasan Wisatawan,| Skripsi. Program Studi Manajemen UniversitasSanata Dharma Yogyakarta, n.d., 6.

⁸ Belinda Sofia Nuraeni, —Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggaw Arsita Semarang,| Jurnal Bisnis Strategi Vol. 23., (2014): 3–4.

Keinginan seseorang melakukan perjalanan di masa depan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengalaman masa lalunya. Minat tersebut akan muncul saat wisatawan merasa puas atas kualitas pelayanan dan keindahan alam yang disajikan seperti yang mereka harapkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung maka akan semakin meningkatkan keinginan mereka untuk melakukan kunjungan kembali. Wisatawan mengevaluasi keputusan mereka sebelumnya mengenai suatu destinasi wisata berdasarkan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu destinasi dan memutuskan apakah akan berkunjung ke tempat tersebut di lain waktu atau tidak.⁹

Keberhasilan suatu wisata yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas dengan destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelolaannya. Islamic Centre Kota Padang Panjang adalah sebuah kompleks tempat ibadah berupa mesjid dengan arsitektur yang megah dan indah. Saat ini, Pemko Padang Panjang telah mencanangkan Islamic Center menjadi Icon Wisata Religi baru yang terus dibangun.¹⁰ Adanya Islamic Centre Padang Panjang tidak hanya menjadi daya tarik wisata muslim yang ingin melaksanakan ibadah di tempat itu. Tetapi juga banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal bahkan hanya untuk menikmati keindahan di keliling tempat wisata ikonik kota tersebut. Adapun jumlah kunjungan wisatawan Pada Islamic Centre Kota Padang Panjang sepanjang tahun 2023 adalah sebagai berikut :

⁹ An, Myungsook., —Risk Factors At The Travels Destination : Their Impact On Air Travel Satisfaction And Repurchase Intention,|| 2010, 158–59.

¹⁰Padang Panjang.go.id, “ Islamic Centre : Wisata Religi Iconic Kota Padang Panjang”, diakses April 2024

Tabel 1. 1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Islamic Centre Kota Padang Panjang

No	Bulan	Jumlah Kunjungan
1	Januari	2.795
2	Februari	3.128
3	Maret	4.821
4	April	5.209
5	Mei	4.216
6	Juni	4.302
7	Juli	3.932
8	Agustus	3.657
9	September	2.829
10	Oktober	3.911
11	November	4.063
12	Desember	4.622

Sumber : Arsip Pengelola Islamic Centre Kota Padang Panjang (2023)

Kunjungan wisata pada *islamic centre* Kota Padang Panjang tidak lepas dari berbagai faktor seperti *destination image* dan kepuasan wisatawan. Dugaan ini didasarkan oleh beberapa teori yang menyatakan bahwa *destination image* memengaruhi keputusan perjalanan sebelum kunjungan (*prior visit*) dan pasca kunjungan (*post visit*). *Prior visit destination image* mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi tertentu. Setelah melakukan kunjungan maka terbentuklah *post visit destination image* yang dapat mempengaruhi kepuasan atau ketidakpuasan (*satisfaction/*

dissatisfaction) dari wisatawan. Hal tersebut akan menentukan kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali (revisit intention).¹¹ Hal lain yang minat berkunjung kembali adalah kepuasan wisatawan yang merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang menjadi harapan perusahaan khususnya dibidang hospitaliti. Kepuasan diperoleh apabila kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi, sedangkan keinginan dan kebutuhan manusia selalu berubah dan tidak ada batasnya.

Namun hasil observasi penelitian menemukan bahwa masalah atau keluhan-keluhan terkait keamanan wahana tidak terjamin dan kurangnya sarana dan prasarana juga menjadi perhatian pengunjung. dikarenakan banyak keluhan terkait keamanan wahana dan sarana dan prasarana yang kurang lengkap dan butuh perbaikan seperti keamanan di setiap wahana kurang, dan fasilitas seperti wc kurang bersih dan pintu wc yang rusak membuat pengunjung enggan menggunakan fasilitas tersebut. Permasalahan diatas muncul yang mana karena kurangnya pengelolaan yang baik dari pegelola dan kurangnya perhatian dari masyarakat setempat dalam menggunakan potensi tersebut sebagai masukan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pembuka lapangan pekerjaan. Lokasi yang strategis ternyata tidak cukup dalam menjadikan daerah tersebut sebagai wisata unggulan daerah, namun masukan serta dukungan dari masyarakat sangat dibutuhkan dalam pengelolaan serta pengembangan potensi pariwisata. Berdasarkan paparan permasalahan diatas

¹¹ Riky Dwi Supribadi, Jurnal,” Pengaruh Destination Image terhadap Revisit Intention pada Wisata Pantai Menganti, Manajemen S1, STIE Putra Bangsa

peneliti merasa perlu melakukan penelitian mendalam terkait **“Pengaruh Destination Image Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Mediasi Pada Objek Wisata Religi Islamic Centre Kota Padang Panjang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada objek wisata religi *Islamic Centre* Kota Padang Panjang ?
2. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata religi *Islamic Centre* Kota Padang Panjang ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap *revisit intention* pada objek wisata religi *Islamic Centre* Kota Padang Panjang ?
4. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata religi *Islamic Centre* Kota Padang Panjang?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti membatasi permasalahannya yaitu hanya pada pengunjung wisata Halal *Islamic Centre* Kota Padang Panjang, guna memperoleh informasi terkait tentang *revisit intention*, *destination Image* dan kepuasan wisatawan.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pada objek wisata religi *Islamic Centre Kota Padang Panjang*.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh *destination image* terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata religi *Islamic Centre Kota Padang Panjang*
3. Untuk menjelaskan bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap *revisit intention* pada objek wisata religi *Islamic Centre Kota Padang Panjang*
4. Untuk menjelaskan pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* dengan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi pada objek wisata religi *Islamic Centre Kota Padang Panjang*

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya mengenai ilmu ekonomi perihal *revisit intention*, *destination Image* dan kepuasan wisatawan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Dapat lebih mendalami tentang pengaruh *revisit intention*, *destination Image* dan kepuasan wisatawan.

b. Bagi Institusi

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh semua mahasiswa dan dapat dijadikan sebagai informasi lebih lanjut bagi calon peneliti tentang *revisit intention*, *destination Image* dan kepuasan wisatawan..

A. Sistematika Penulisan

Agar lebih terarah skripsi ini dan tersusun secara sistematis, maka diurutkan berdasarkan bab-bab dan berupa sub bab. Skripsi ini terdiri dari limabab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, dalam bab ini penulis akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat/kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori, dalam bab ini penulis mengemukakan teori-teori yang berkenaan dengan judul dan juga menggambarkan tentang kerangka pemikiran yang penulis lakukan.

BAB III : Metodologi penelitian, dalam bab ini penulis menjelaskan metode yang dipakai dalam melakukan penelitian terkait dengan tema yangtelah ditentukan.

BAB IV : Hasil penelitian, pada bab ini akan disajikan dan dianalisa terhadap data-data yang ada serta konsep-konsep yang ditemukan dari analisis data tersebut

BAB V : Kesimpulan dan Saran