

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor jasa terutama pariwisata memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara saat ini. Potensi pasar global yang amat besar mengakibatkan banyak negara berkompetisi untuk membangun industri pariwisatanya karena sedemikian prospektifnya industri pariwisata. Industri pariwisata jika dikembangkan secara terencana dan terpadu dapat menjadi sumber pendapatan negara yang cukup tinggi yang akan melebihi sektor migas (minyak bumi dan gas) serta industri lainnya. Apabila sektor pariwisata bisa tumbuh dan berkembang dengan baik tentunya akan mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan pekerjaan serta meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berlimpahnya sumber daya alam serta pemandangan yang dimiliki Indonesia tentunya menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara tujuan wisata. Setiap tahunnya jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami peningkatan.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia dari Tahun 2008-2013

| Tahun | Jumlah Kunjungan Wisatawan |
|--------------|-----------------------------------|
| 2008 | 6234497 |
| 2009 | 6323730 |
| 2010 | 7002944 |
| 2011 | 7649731 |
| 2012 | 8044462 |
| 2013 | 8802129 |

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara 9,2 juta orang dan wisatawan nusantara ditargetkan melakukan 255 juta pergerakan wisata pada tahun 2014 (Prawitasari, 14 Maret 2014). Pariwisata Indonesia pada tahun 2013 berada di peringkat 70 dunia menurut World Economic Forum (WEF) berdasarkan peringkat daya saing. Ini menunjukkan terjadi kenaikan di banding tahun 2011 yang menempatkan Indonesia di peringkat 74 dunia. Meskipun naik empat peringkat, namun peringkat Indonesia masih berada di bawah negara tetangga, yakni Singapura (peringkat 10), Malaysia (34) dan Thailand (43) yang lebih unggul dalam hal infrastruktur. (Hafil, 10 Februari 2014)

Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan dan memperbaiki infrastruktur yang ada guna mendorong minat wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia sehingga mampu bersaing dengan negara-negara lain dalam hal sektor pariwisata. Salah satu provinsi di Indonesia yang saat ini sangat gencar mengembangkan sektor kepariwisataan adalah provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat sebagai daerah yang menyimpan banyak keindahan alam serta kekayaan budayanya sangat potensial untuk dikembangkan sebagai daerah kunjungan wisata, baik itu wisata alam (seperti pegunungan dan lautan), wisata budaya, wisata kuliner maupun wisata olahraga. Akan tetapi, semua potensi yang ada tersebut belum terkelola dengan baik, sehingga industri pariwisata di daerah ini belum berjalan dengan maksimal.

Pemerintah Sumatera Barat melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif belakangan ini sering mengadakan berbagai *event* wisata olahraga guna mendorong minat wisatawan lokal dan mancanegara untuk berkunjung. Hampir

seluruh kabupaten di provinsi ini menyajikan wisata olahraga yang menantang. Ada Tour de Singkarak, Tour de Antokan dan Tour de Maninjau, yang mengembangkan olahraga bersepeda. Lalu di Kabupaten Agam dan Langkisau juga ada wisata olahraga lain yang tidak kalah menarik, yaitu paralayang. Begitu pula di Solok dan Sijunjung, dimana ada wahana arung jeram. Selain itu di Mentawai sudah terkenal sebagai destinasi surfing dunia. Sedangkan di Ibukota provinsi Sumatera Barat tepatnya di kota Padang setiap tahun rutin ada pertandingan internasional perahu naga. (Hanifah, 13 Maret 2014)

Berbagai *event* wisata olahraga tersebut merupakan salah satu media dan strategi yang digunakan pemerintah untuk mempromosikan keindahan alam dan membangun citra destinasi Sumatera Barat. Menurut Woodside dan Lysonski (1989), Court dan Lupton (1997) dan Baloglu dan McCleary (1999a) ditemukan bahwa citra destinasi memainkan peran penting ketika konsumen memutuskan mengunjungi destinasi untuk pertama kalinya. Untuk meningkatkan citra destinasi dan membedakan produk wisatanya pemasaran destinasi telah berfokus pada menyelenggarakan *event* olahraga sebagai strategi (Chalip dan Green, 2001; Chalip et. al., 2003; Dimanche, 2003; Jago et. al., 2003; Chalip dan McGuirly 2004).

Salah satu *event* yang saat ini menjadi fokus pemerintah Sumatera Barat sebagai media promosi wisata adalah dengan mengadakan *event* olahraga (*sport event*) Tour de Singkarak. Tour de singkarak adalah acara tahunan balapan sepeda resmi dari Persatuan Balap Sepeda Internasional (Union Cycliste International) di Sumatera Barat. Acara ini berkerjasama dengan lembaga Amaury Sport

Organisation yang juga penyelenggara Tour de France di Perancis. Nama Tour de Singkarak diambil dari nama wisata alam danau singkarak sebagai ikon kejuaraan.

Event Tour de Singkarak pertama kali diadakan pada tahun 2009 oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia. Lintasan balapan menempuh jalur-jalur destinasi wisata seperti lembah harau, danau maninjau, kelok 44, danau diatas, danau singkarak dan panorama alam eksotis lainnya. Pergelaran Tour de Singkarak sebagai ajang kejuaraan balapan sepeda turut juga memperkenalkan destinasi wisata dan budaya yang ada di Sumatera Barat kepada seluruh publik nasional dan internasional.

Penyelenggaraan *event* olahraga Tour de Singkarak di klaim mampu mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat. Dari data Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, jumlah tamu yang menginap di Sumatera Barat selama 2012 mengalami peningkatan dari 988.420 orang pada tahun 2011 menjadi 1.111.176 orang atau naik 12,4%. Dari angka tersebut, wisatawan mancanegara yang berkunjung meningkat 7,1% dibandingkan tahun sebelumnya. (Farhan, 11 Juli 2014)

Meskipun terdapat klaim yang menyatakan terjadinya peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat namun belum banyak penelitian secara akademik yang menyatakan bahwa *event* Tour de Singkarak berdampak langsung terhadap tingkat jumlah kunjungan wisatawan ketika *event* tersebut berlangsung. Menurut Xing dan Chalip (2006) citra destinasi berdampak terhadap niat untuk mengunjungi destinasi ketika *event* ini ada dalam iklan destinasi dan sesuai dengan citra destinasi dalam hal karakteristik aktifitas.

Citra destinasi yang positif serta pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan ketika melakukan kunjungan ke Sumatera Barat tentunya dapat mempengaruhi perilaku wisatawan di masa depan. Dalam hal ini kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang ada di Sumatera Barat serta kepuasan wisatawan ketika menyaksikan *sport event* Tour de Singkarak tentunya menjadi salah satu indikator yang dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan serta berdampak pada perilaku di masa depan wisatawan. Pengalaman masa lalu atau perilaku masa lalu pada suatu entitas atau objek (dalam hal ini *event* atau destinasi) telah terbukti merupakan prediktor yang signifikan dari citra destinasi (Hu dan Ritchie, 1993; Milman dan Pizam, 1995). Dalam konteks pasca-perjalanan, kepuasan telah terbukti merupakan prediktor yang signifikan dari niat mengunjungi kembali (Petrick et, al., 2001).

Dari uraian di atas penulis tertarik untuk mengangkat tema ini sebagai objek penelitian dengan judul: **“Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Berkunjung Kembali Wisatawan Dengan Kepuasan Terhadap *Sport Event* Sebagai Variabel *Intervening* : Studi Pada Penonton *Sport Event* Tour De Singkarak.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan?
2. Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pada *sport event* Tour de Singkarak?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pada *sport event* Tour de Singkarak terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan.
2. Mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pada *sport event* Tour de Singkarak.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pada *sport event* Tour de Singkarak terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran, khususnya di bidang pemasaran destinasi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dan dinas terkait serta bagi para pengusaha pariwisata dalam memasarkan potensi wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mencegah perluasan dan terjadinya kerancuan pembahasan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas hanya pada pengaruh citra destinasi terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan dengan kepuasan terhadap *sport event* sebagai variabel *intervening* pada penonton *sport event* Tour de Singkarak di Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori, bab ini memaparkan landasan teori yang berisi tentang konsep dan defenisi citra destinasi, kepuasan, dan intensi berkunjung kembali, serta penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, skala pengukuran data, pengolahan data dan pengujian data.

BAB IV : Tentang hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini berisi gambaran umum responden, distribusi frekuensi, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, uji validitas, uji reliabilitas, uji model dan uji hipotesis.

BAB V : Penutup, bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian dimasa yang akan datang.