

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan daya tarik wisata di suatu daerah sangat erat kaitannya dengan industri pariwisata. Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata. Industri pariwisata berdampak pada percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang menjalankan usaha di tempat wisata dengan meningkatkan permintaan terhadap barang dan jasa yang dijual di tempat wisata.

Hal ini sesuai dengan (Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009) tentang Kepariwisataan, yang menetapkan bahwa tujuan pembangunan sektor ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan peluang usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, dan memperkenalkan dan memanfaatkan atraksi wisata di Indonesia.

Berkembangnya suatu industri pariwisata bergantung pada jumlah pengunjung yang datang dan objek wisata yang tersedia dilokasi tersebut. Oleh karena itu, untuk memajukan pertumbuhan pariwisata perluasan lokasi wisata harus didukung. Pariwisata telah banyak mendorong pertumbuhan karena keindahan

alam Indonesia yang luar biasa. Masyarakat di daerah wisata dapat membuatnya menjadi tempat yang bagus dan indah jika tempat wisata dikelola dengan baik dan bagus. Dengan begitu pengunjung akan sangat tertarik untuk mengambil foto dan menikmati keindahannya. Kabupaten Pacitan, Jawa Timur adalah salah satu daerah yang memiliki banyak tempat wisata.

Kabupaten Pacitan memiliki banyak destinasi wisata yang menarik dan memikat banyak wisatawan untuk berkunjung kesana. Kabupaten Pacitan berbatasan langsung dengan Samudera Hindia yang berada di barat Provinsi Jawa Timur. Adapun potensi yang dimiliki seperti wisata goa, wisata pantai, wisata budaya/sejarah, dan wisata rekreasi. Namun, potensi yang paling banyak dimiliki oleh Kabupaten Pacitan adalah wisata pantai. Selain menarik dan banyak diminati, pantai yang berada di Provinsi Jawa Timur ini masih asri dan tidak menutup kemungkinan dapat mendatangkan wisatawan lokal maupun manca Negara (Furohmah *et al.*, 2018). Salah satu sumber potensial dan banyak diminati oleh wisatawan adalah objek wisata Pantai Klayar.

Pantai Klayar, yang berada di Kabupaten Pacitan terkenal dengan keindahan alamnya yang memukau. Pantai ini memiliki air laut yang jernih, pemandangan karang yang menakjubkan, dan ombak yang cocok untuk berselancar. Ada juga air terjun dan goa goa alam di dekat pantai yang menambah daya tariknya sebagai destinasi wisata yang menarik. Namun, jumlah wisatawan yang mengunjungi Pantai Klayar telah menurun dalam beberapa tahun terakhir.

Fenomena penurunan ini menimbulkan kekhawatiran bagi pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat setempat karena berpotensi mengganggu ekonomi lokal serta mempengaruhi pelestarian lingkungan dan keberlanjutan pariwisata di daerah tersebut.

Sebenarnya, infrastruktur dan fasilitas yang mendukung sektor pariwisata Pantai Klayar Pacitan semakin representatif. Namun nyatanya tingkat kunjungan wisata justru semakin menurun. Dinas pariwisata, kebudayaan, kepemudaan dan olahraga (disparpora) setempat mencatat ada penurunan angka kunjungan wisata ke Pacitan sebesar 20 persen. Hal ini sejalan dengan perkembangan jumlah pengunjung domestik dan asing di Kabupaten Pacitan.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan kabupaten Pacitan

Tahun	Pengunjung (Orang)		Jumlah
	Wisatawan Mancanegara	Wisata Nusantara	
2019	1.211	2.303.908	2.305.119
2020	105	860.292	860.379
2021	215	744.795	745.010
2022	264	1.565.922	1.566.186
2023	425	1.306.365	1.306.817

Sumber: BPS Kabupaten Pacitan (BPS 2024)

Sektor akomodasi Kabupaten Pacitan lebih berkembang pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adanya investor yang berinvestasi dalam industri hotel dan restoran adalah salah satu tanda pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Pacitan. Jumlah wisatawan yang datang ke Kabupaten Pacitan pada tahun 2023 terdiri dari 1.306.365 wisatawan domestik dan 425 wisatawan

mancanegara, dengan Pantai Klayar yang menjadi destinasi paling populer dengan jumlah 312.421 wisatawan.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Wisata Pacitan Tahun 2024

Nama Wisata	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik
Goa Gong	20	102.357
Banyu Anget	-	43.893
Goa Tabuhan	-	7.465
Pantai Klayar	-	220.417
Pantai Srau	23	80.767
Pantai Watu Karung	75	167.863
Pantai Pancer Door	51	85.256
Pantai Taman	-	11.292
Buyutan	-	9.651
Pantai Telengria	-	195.379
Pantai Soge	-	55.881
Pantai Pidakan	-	31.375
Pantai Banyu Tibo	134	3.684
Monumen Jendral Sudirman	-	20.686
Beiji Park	-	25.866
Sungai Maron	-	132.304
Pantai Ngloroboyo	-	25.472
Sentono Genthong	-	26.669
Wate Bale	-	6.448
Pantai Pangasan	115	19.215

Sumber: BPS Kabupaten Pacitan (BPS 2024)

Perkembangan destinasi wisata baru telah menciptakan alternatif bagi wisatawan yang sudah pernah mengunjungi Pantai Klayar sebelumnya. Hal ini menarik perhatian wisatawan untuk menjelajahi tempat-tempat baru dan menikmati

pengalaman wisata yang berbeda. Hal ini Berdampak pada penurunan jumlah pengunjung di beberapa tempat wisata, termasuk Pantai Klayar seperti yang ditunjukkan dalam tabel jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Klayar Pacitan dari tahun 2019 hingga 2023 sebagai berikut:

Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Pantai Klayar Kab. Pacitan Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara dan Domestik
2019	699,429
2020	239,225
2021	137,322
2022	312,421
2023	220,417

Sumber: BPS Kabupaten Pacitan (BPS 2024)

Berdasarkan data pengunjung wisata di Badan Pusat Statistik Kabupaten Pacitan menunjukkan bahwa jumlah pengunjung Pantai Klayar memiliki jumlah pengunjung tertinggi dalam 5 tahun terakhir di Kabupaten Pacitan yaitu pada tahun 2019 yang terdapat 699,429 wisatawan, tahun 2020 terdapat 239,225 wisatawan yang mengalami penurunan sebesar 33,12%, tahun 2021 terdapat 137,322 wisatawan yang mengalami penurunan sebesar 7,34%, tahun 2022 terdapat 312,421 wisatawan dan mengalami peningkatan sebesar 22,61%, tahun 2023 terdapat 220,417 wisatawan yang mengalami penurunan sebesar 29,75%.

Pantai Klayar mengalami peningkatan dan penurunan yang tidak stabil, potensi tersebut memiliki peluang yang lebih besar untuk dikembangkan lebih baik

lagi dengan fasilitas dan prasarana yang membantu aktivitas sebagai tempat pariwisata. Pengunjung destinasi wisata Pantai Klayar menunjukkan jumlah pengunjung tertinggi dibandingkan pantai lain di Pacitan. Sebagaimana yang dijelaskan pada data pengunjung wisata yang diolah dari Badan Statistik Kabupaten Pacitan, hal ini tidak terlepas dari pengelolaan Pantai Klayar yang bisa menarik kunjungan wisatawan terkait aspek penawaran produk wisata 4A (*attraction, amenities, accesability, dan ancillary*) dalam hal tersedianya aktivitas yang dilakukan di destinasi wisata seperti keindahan alam, fasilitas yang tersedia, akses untuk menuju lokasi, dan pelayanan tambahan yang membantu kegiatan wisatawan khususnya Pantai Klayar Kabupaten Pacitan.

Pada hakikatnya, kunjungan wisata dapat ditingkatkan dan dibangun dengan meningkatkan minat berkunjung kembali para wisatawan. Minat berkunjung kembali merupakan sebuah pendorong orang terhadap suatu objek yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada yang wisatawan sukai yang berdampak pada peningkatan pasar (Hanafi 2021). Menurut Malikhah *et al.*, (2023) minat berkunjung kembali dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bagi pengunjung untuk mengunjungi suatu tujuan lagi. Perilaku ini dianggap sebagai kesetiaan atau tindakan nyata yang menunjukkan kesediaan pengunjung untuk kembali ke tujuan yang sama.

Lestari dan Yusuf (2020) mengatakan bahwa minat wisatawan untuk mengunjungi tempat yang sama berulang kali dapat ditandai dengan keinginan

untuk melakukan tinjauan tentang tempat tersebut di masa depan dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

Minat berkunjung kembali yang tinggi dapat dilihat dari aktivitas pengunjung yang telah berkunjung kembali ke objek wisata tertentu dalam jangka waktu tertentu. Perilaku di masa lalu yang dirasakan berdasarkan penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang dikunjungi menentukan minat berkunjung kembali. Keuntungan yang diperoleh pengelola objek dari tingginya minat berkunjung kembali wisatawan wisata dapat dilihat apabila wisatawan melakukan kunjungan kembali lebih dari dua kali dan wisatawan tersebut merekomendasikan kepada sanak saudara atau teman untuk membagikan pengalaman positif yang sebelumnya telah dirasakan.

Sedangkan jika minat berkunjung kembali wisatawan memiliki taraf yang rendah bisa ditinjau dari aktivitas seorang mantan wisatawan yang enggan untuk mengunjungi ulang ke suatu objek wisata. Dimana hal tersebut juga mempengaruhi mantan pengunjung untuk tidak merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman dan penilaian yang mereka terima tidak dapat menciptakan kesan yang positif terhadap destinasi wisata tersebut. Kerugian yang dialami bagi pengelola objek wisata ketika memiliki tingkat minat berkunjung kembali wisatawan yang rendah akan berpengaruh terhadap penghasilan atau profit yang didapat, karena jumlah pengunjung yang datang ke objek wisata tidak mencapai target semestinya serta wisatawan yang datang mengalami penurunan.

Selain itu dengan mempertahankan minat berkunjung kembali seorang wisatawan, dapat dianggap sebagai asset pengelola wisata karena dapat membantu suatu objek wisata untuk mencapai tingkat pengunjung wisatawan yang tinggi serta tujuan profitabilitas atau hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Sebagaimana dinyatakan oleh Qu *et al.*, (2011) bahwa konsumen yang melakukan pembelian ulang saat ini merupakan salah satu tujuan utama perusahaan, karena mereka membantu menghemat biaya promosi dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi daripada menarik konsumen baru. Artinya pengunjung yang memiliki rasa kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman karena telah mengunjungi objek wisata, maka akan membantu meningkatkan pemasukan destinasi wisata.

Sebagaimana diketahui, seseorang harus mengetahui tempat yang akan mereka kunjungi sebelum melakukan perjalanan. Dalam hal ini, merek (objek wisata) menjadi elemen yang sangat penting dalam menawarkan produknya. Pemasar sangat memperhatikan desain strategi mereka untuk meningkatkan daya saing, merek, dan kinerja merek di pasar. Sebelum memutuskan untuk pergi ke tempat wisata, banyak wisatawan mempertimbangkan hal-hal seperti persepsi atau penilaian tentang tempat wisata yang akan mereka kunjungi atau yang biasa disebut dengan citra destinasi.

Menurut Timurti dan Nugraha (2020) citra destinasi dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari pandangan, konsep, dan nilai yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat atau destinasi. Di sini, citra destinasi dapat digambarkan sebagai timbal balik dari pengalaman wisatawan dan informasi yang mereka

dapatkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) citra destinasi terdiri dari semua pendapat, keyakinan, dan persepsi yang dimiliki oleh wisatawan tentang suatu tempat wisata. Semakin baik pemandangan wisatawan tentang destinasi wisata, semakin besar minat mereka untuk kembali. Salah satu aspek minat berkunjung kembali wisatawan menjadi rendah dipengaruhi oleh penilaian wisatawan terhadap kualitas produk wisata yang dirasa belum baik. Dibuktikan dengan keluhan dari wisatawan melalui media internet pada website Pantai Klayar Kabupaten Pacitan seperti dibawah ini:

-  **Billy Octovia** 4/5
8 bulan lalu di  Google
(Diterjemahkan oleh Google) Terlihat berantakan dan kotor..perlu lebih diperhatikan, termasuk soal keselamatan
(Asli)
Look messy and dirty..need to be more pay attention on it, including safety matter ...
-  **Aji Jatmika** 2/5
2 bulan lalu di  Google
Benar-benar banyak sekali sampah di pantai dan airnya ...
-  **Fraya Fitria25** 4/5
2 bulan lalu di  Google
Htm nya 15 ribu. Jarak dari parkiran ke pantainya lumayan jauh si, tp ada ojek gitu. untuk harga ojek nya berapa, kurang jelas karena saya nggak menggunakan jasa tersebut. Di sepanjang jalan antara parkiran ke pantai, ada banyak penjual es, gorengan, dsb. Pantainya lumayan bagus si, tp sayangnya pas kesana kondisi lagi rame banget jadi engga bisa menikmati. Ada banyak penjual kok di sekitar pantainya, jdi jangan khawatir akan kelaparan. sedikit saran buat pemerintah dan pengelola, mungkin bisa menambahkan tempat sampah agar sampah tidak berserakan karena hal tersebut mengganggu ketidaknyamanannya pengunjung dan mengurangi sisi estetik pantai. ...
-  **Rien irianti (#diarykulineririn)** 3/5
2 bulan lalu di  Google
Diantara pantai2 yang aku kunjungi di daerah pacitan. Pantai klayar merupakan salah satu pantai wisata yang ada disini. Area pantainya luas sekali, dengan deburan ombak yang cukup tinggi juga. Di dalam area klayar terdapat banyak homestay. Fasilitasnya pun lengkap, bisa naik atv disepanjang pantai. Namun, kalau kamu pgn pantai yg agak sepi "private", lalu anak2 bisa bermain pasir, menurutku kurang cocok. Krn ramai lalu lalang atv, bbrp area pasirnya hitam2 krn oli, dan cukup kotor banyak sampah disekitarnya. ...

Gambar 1.1 Keluhan Wisatawan Mengenai Citra Destinasi

Sumber: Website Pantai Klayar

Pantai Klayar ini termasuk daya tarik wisata alami (natural resources). Terdapat 6 daya tarik yang berada di Pantai Klayar yaitu hamparan pasir putih yang berada di tepi pantai, bebatuan yang menyerupai seperti sphynx, ombak besar yang bergulung dan menghantam bebatuan yang tinggi, air laut yang bewarna kehijauan, batu karang di tepi pantai, seruling samudra fenomena yang terbentuk dari benturan ombak yang masuk melalui celah kerang dan menyembur keatas sehingga menghasilkan suara dari celah karang tersebut.

Meskipun memiliki kekayaan alam yang indah, Pantai Klayar Pacitan seringkali mendapat kritikan mengenai minimnya kesadaran akan kebersihan lingkungan, banyak yang berpendapat bawasanya pantai tersebut tergolong pantai yang kurang bersih dikarenakan banyaknya sampah berserakan dan kurangnya tempat sampah umum diarea sekitar pantai, Ini memicu wisatawan enggan membuang sampah pada tempatnya. Hal tersebut menyebabkan menurunnya citra destinasi pantai tersebut. Seharusnya bibir pantai yang bersih dapat digunakan sebagai tempat bersantai, karena tempat yang kurang bersih membuat ketidaknyaman bagi wisatawan yang berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh S. Lestari *et al.*, (2022) Alvianna *et al.*, (2020) dan Utama dan Giantari (2020) menyatakan bahwa citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sedangkan pada penelitian lain dari Sulistyanda *et al.*, (2022) citra destinasi tidak berpengaruh

secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Faktor berikutnya selain citra destinasi yang harus baik, minat berkunjung kembali wisatawan dipengaruhi juga oleh faktor fasilitas wisata (Fajrin *et al.*, 2021).

Fasilitas merupakan sarana prasarana yang wajib di sediakan oleh suatu destinasi wisata, hal ini penting karena fasilitas menjadi sesuatu yang dibutuhkan pengunjung selama berada di destinasi wisata tersebut. Destinasi wisata harus memiliki fasilitas yang bisa memenuhi kebutuhan wisatawan, fasilitas yang dimiliki harus dengan kondisi yang baik dan bersih supaya wisatawan nyaman untuk menggunakan fasilitas tersebut. Tersedianya fasilitas yang memudahkan kegiatan wisatawan akan menjadi nilai tambah dari pengunjung karena pengunjung merasa kebutuhan berekreasi di destinasi wisata tersebut terpenuhi dengan baik (Eka Gustiani *et al.*, 2021)

Menurut Tjiptono (2017) fasilitas wisata adalah sarana fisik yang harus ada sebelum wisatawan dapat menggunakan jasa yang ditawarkannya. Semakin banyak fasilitas yang tersedia di sebuah objek wisata, semakin banyak pengunjung yang tertarik untuk kembali. Faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk mengunjungi dan menikmati fasilitas adalah kemudahan menggunakannya. Selain itu, kebersihan, kelancaran, dan keamanan fasilitas meningkatkan jumlah pengunjung yang akan datang.

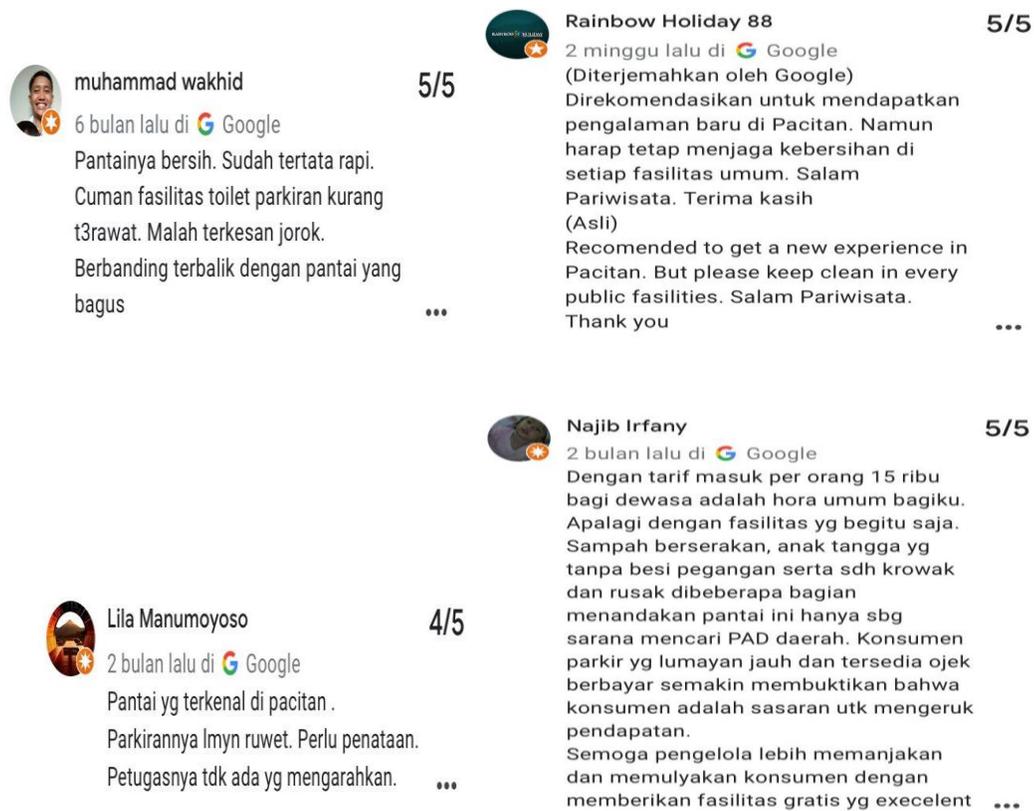
Kabupaten Pacitan, tercatat pada tahun 2023 tersedia akomodasi 36 rumah makan, 39 hotel, 1 hostel, 3 vila dan 64 guest house di Kabupaten Pacitan. Salah satunya Di dekat Pantai Klayar masuk di wilayah Kecamatan Donorojo pada

tahun 2022 tercatat ada 25 penginapan dan 1 Villa sebagai pendukung akomodasi wisatawan Pantai Klayar yang ingin bermalam di sekitar lokasi Pantai Klayar. Pengunjung wisata Pantai Klayar dapat menggunakan jasa ojek motor yang disediakan pengelola dengan harga Rp. 5000 sekali naik. Ojek motor ini mengangkut wisatawan yang menggunakan akses seperti mobil dan bus dari area parkir untuk turun menuju lokasi pantai. Wisatawan Pantai Klayar dapat menikmati aktivitas untuk keliling area Pantai Klayar dengan menyewa atv dengan harga sewa Rp.100.000 untuk waktu 1 jam.

Wisatawan juga bisa menikmati pemandangan dengan bersantai di gazebo dan kantin yang berada di area Pantai Klayar. Di sekeliling Pantai juga ada banyak toko yang menjual oleh-oleh seperti makanan, batu akik dan pakaian. Fasilitas di Pantai Klayar juga terdapat pusat dan beberapa kamar mandi dan mushola untuk wisatawan yang ingin membersihkan diri setelah melakukan aktivitas wisata dan melakukan kegiatan ibadah.

Dari Banyaknya fasilitas yang ada, pengelola cenderung tidak totalitas dalam hal pengelolaan fasilitas tersebut, terdapat beberapa kritikan yang mengatakan bahwa fasilitas yang disediakan cenderung kurang optimal dan kurang memuaskan. Meskipun disediakan fasilitas jasa ojek di area parkir pantai, hal tersebut belum bisa menjamin semua wisatawan dapat menggunakan jasa tersebut. Hal ini dipicu saat ramainya pengunjung yang datang dan tidak sebanding dengan jasa ojek yang ada, belum lagi ada pengunjung yang keberatan dengan harga ojek tersebut. Fasilitas parkir yang lebih luas ternyata masih belum bisa memuaskan

wisatawan yang berkunjung dikarenakan jarak parkir dan pantai yang tergolong cukup jauh. Selain hal tersebut, kurangnya kebersihan lagi-lagi menjadi pemicu ketidaknyamanan wisatawan terlebih pada fasilitas yang disediakan.



Gambar 1.2 Keluhan Wisatawan Mengenai Fasilitas Wisata

Sumber: Website Pantai Klayar

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Marpaung dan Mekaniwati (2020), Al Hasanah *et al.*, (2020) dan Fajrin *et al.*, (2021) menyatakan bahwa fasilitas wisata berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, Sedangkan hasil penelitian lain dari Gultom *et al.*, (2021)

menyatakan bahwa fasilitas wisata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Faktor berikutnya selain fasilitas wisata yang harus memadai, minat berkunjung kembali wisatawan dipengaruhi juga oleh aksesibilitas yang memberikan kemudahan saat menuju objek wisata (Eka Gustiani *et al.*, 2021)

Disamping adanya pengembangan fasilitas pada objek wisata Pantai Klayar, Faktor aksesibilitas juga menjadi pemicu minat berkunjung kembali wisatawan. Menurut Eka Gustiani *et al.*, (2021) mendefinisikan aksesibilitas meliputi segala sesuatu yang dapat memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata. Aksesibilitas merupakan sarana penting yang harus dimiliki suatu destinasi wisata sebagai jaringan penghubung untuk menuju suatu destinasi wisata. Aksesibilitas merupakan hubungan kedekatan suatu tempat lain yang diindikasikan dengan kemudahan dalam mencapai tujuan dari lokasi asal.

Menurut Andika Dzia Ulhaq *et al.*, (2023) aksesibilitas adalah kemudahan seseorang dalam mengunjungi objek wisata tertentu yang ditinjau dari waktu tempuh dan kenyamanan. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata maka perlu dilengkapi dengan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut mudah untuk dijangkau wisatawan.

Objek wisata Pantai Klayar termasuk dalam wilayah Dusun Kendal, Desa Sendang, Kecamatan Donorojo. Jarak dari pusat kota Pacitan kurang lebih 40 km ke arah barat, dengan ketinggian 0-25 meter DPL (di atas permukaan laut).

Ini adalah pantai yang paling barat yang bersebelahan dengan Pantai Watu Karung di wilayah selatan Pacitan. Jalan menuju Pantai Klayar beraspal dari kota Pacitan hingga Kecamatan Punung, tetapi jalan dari Kecamatan Punung hingga lokasi objek wisata Pantai Klayar hanya aspal biasa. Untuk fasilitas jalan raya, tanda lalu lintas tersedia dimulai dari jalan raya Solo-Pacitan sampai memasuki wilayah kecamatan Candi. Sedangkan menuju wilayah objek wisata Pantai Klayar tanda lalu lintas tersedia di setiap lokasi walaupun ada beberapa yang sudah berkarat tetapi masih terbaca jelas.

Akses menuju ke Pantai Klayar dapat dilewati oleh kendaraan untuk memuat rombongan seperti bus, mobil elf dan mobil pribadi, kemudian untuk area parkir cukup luas dan bisa menampung untuk rombongan wisata tersedia area parkir untuk bus, mobil elf dan mobil pribadi di area parkir atas kemudian jalan kaki menggunakan tangga turun ke bawah dan untuk parkir sepeda motor bisa langsung di bawah menghadap Pantai Klayar.

Meskipun Pantai Klayar adalah pantai yang menduduki peringkat pertama dengan jumlah pengunjung paling banyak, hal itu belum tentu pantai tersebut tidak memiliki kekurangan. Banyaknya wisatawan yang mengelukan perilah akses masuk ke pantai yang tergolong jauh dan medan yang sulit dengan jalan yang juram membuat wisatawan ketar ketir dan cemas selama dalam perjalanan menuju lokasi.



Gambar 1.3 Keluhan Wisatawan Mengenai Aksesibilitas Wisata

Sumber: Website Pantai Klayar

Salah satu faktor penting yang sangat diperhatikan oleh wisatawan saat memilih lokasi wisata yang ingin dikunjungi adalah kemudahan akses, semakin mudah aksesnya, semakin banyak keinginan untuk berkunjung, sedangkan jika aksesnya terlalu sulit dan memakan waktu yang lama, maka minat wisatawan akan berkunjung juga berkurang.

Berdasarkan penelitian dari (Chalil *et al.*, 2017), Rini Febria Dita *et al.*, (2022) dan Rena Putri Suristia (2023) menyatakan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Sedangkan pada penelitian Andika Dzia Ulhaq *et al.*, (2023) menyatakan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali.

Selain aksesibilitas, faktor lain yang memengaruhi minat berkunjung kembali adalah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM). Menurut Permadi *et al.*, (2020) *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) adalah informasi yang diunggah setiap pengguna internet yang dapat membuat seseorang berniat melakukan sesuatu. E-WOM mendorong loyalitas wisatawan terhadap sebuah destinasi wisata. Dengan

kata lain E-WOM memudahkan wisatawan untuk kembali berkunjung ke tempat wisata yang pernah dikunjunginya.

Electronic Word of Mouth (E-WOM) adalah jenis pemasaran yang menggunakan internet untuk menciptakan efek berita dari mulut ke mulut atau berita dari satu klik mouse ke klik berikutnya, yang mendorong pelanggan untuk menceritakan produk dan jasa perusahaan kepada orang lain dalam bentuk tulisan, audio, dan video (Kotler dan Armstrong, 2018).

Keuntungan yang dimiliki oleh suatu obyek wisata yang mengelola media internetnya dengan baik adalah dapat menarik pengunjung dengan cakupan yang cukup luas dari pada melakukan pemasaran secara konvensional. Menurut Schiffman dan Kanuk (2016) E-WOM merupakan komunikasi pemasaran yang dilakukan secara online melalui media sosial internet. *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) adalah jenis pemasaran yang dilakukan melalui media sosial internet dan tidak membutuhkan biaya tambahan untuk digunakan.

Dalam pengelolaan E-WOM pada suatu obyek wisata dibutuhkan informasi yang jelas dan jujur terkait fasilitas, pelayanan, serta produk yang ditawarkan oleh obyek wisata untuk memikat minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu obyek wisata. Selain itu, semakin baik ulasan yang diberikan seorang pengunjung terkait dengan obyek wisata tersebut melalui sosial media, akan menimbulkan minat berkunjung yang semakin tinggi. Bahkan jika seorang pengunjung tersebut merasakan manfaat dari suatu produk atau jasa maka keinginan untuk merekomendasikannya akan sangat kuat.

Sebaliknya, jika suatu pengelola obyek wisata tidak bisa memanfaatkan E-WOM dengan baik maka akan menimbulkan turunnya pengetahuan orang akan informasi mengenai obyek wisata tersebut sehingga hal ini menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan wisatawan ke obyek wisata itu serta sulitnya obyek wisata tersebut untuk bersaing. Adapun hal lain ketika seorang pengunjung memberikan review negatif terkait produk atau jasa yang mereka rasakan akan sangat mempengaruhi calon pengunjung lain yang hendak ingin datang ke destinasi wisata tertentu.

Wisata Pantai Klayar memiliki banyak pengunjung yang belum merasa puas, dengan rating Google Maps 4,6 dari skala 1 hingga 5. Hal ini disebabkan oleh beberapa keyakinan pengunjung yang merasa bahwa hasilnya tidak sesuai dengan ekspektasinya. Beberapa keluhan pengunjung termasuk lahan parkir yang kurang luas, akses yang sulit, dan fasilitas yang tidak memuaskan pengunjung. Masalah ini dapat memburukkan citra wisata karena penyebaran informasi yang tidak akurat akan mengurangi minat pengunjung, baik kunjungan kembali maupun minat calon pengunjung pertama. Oleh karena itu, untuk menarik minat pengunjung, bisnis pariwisata harus mempertimbangkan beberapa faktor, seperti aksesibilitas, fasilitas, dan citra wisata, yang meskipun tidak sepenuhnya memberikan nilai baik pada objek wisata.

Dengan demikian pengelolaan *Electronic Word of Mouth* dalam dunia pariwisata menjadi sangat penting, terlebih dengan kemajuan teknologi di bidang media social dimana pengelola obyek wisata harus dapat membangun komunikasi

secara online karena E-WOM sangat mempengaruhi keputusan konsumen atau pengunjung wisata, disisi lain E-WOM merupakan sumber informasi terbaru dan lebih dapat diandalkan untuk menciptakan minat berkunjung yang tinggi.

Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan mudahnya komunikasi bisnis, pemasaran produk, pencarian referensi serta pencarian informasi (Utama dan Giantari 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andika Dzia Ulhaq *et al.*, (2023), (Utama dan Giantari 2020) dan Al Hasanah *et al.*, (2020) menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Namun pendapat tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amroatun Afifah (2021) yang menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* tidak berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali.

Berdasarkan research gap dari penelitian terdahulu terdapat beberapa variabel yang diduga mempengaruhi minat berkunjung kembali. Sehingga dengan adanya fenomena atau permasalahan yang terjadi saat ini maka peneliti mengambil penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan” (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan).**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dibahas, maka peneliti memberikan batasan masalah dalam penelitian ini, yakni:

1. Penelitian dilakukan pada objek wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan.
2. Masalah dalam penelitian ini hanya berfokus dalam pembahasan mengenai Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Aksesibilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan” (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pacitan).

C. Rumusan Masalah

1. Apakah citra destinasi wisata dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Klayar Kabupaten Pacitan?
2. Apakah ketersediaan fasilitas pendukung yang tersedia disekitar lokasi dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Klayar Kabupaten Pacitan?
3. Apakah kemudahan akses menuju lokasi dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Klayar Kabupaten Pacitan?
4. Apakah *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dapat mempengaruhi minat berkunjung kembali wisatawan ke Pantai Klayar Kabupaten Pacitan?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Klayar Kabupaten Pacitan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas wisata terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Klayar Kabupaten Pacitan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Klayar Kabupaten Pacitan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap minat berkunjung kembali di Pantai Klayar kabupaten Pacitan.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktisi

a. Manfaat bagi Mahasiswa

Bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka, serta untuk menggunakannya sebagai dasar untuk mengevaluasi seberapa baik teori-teori yang dipelajari di kelas. untuk digunakan di tempat kerja. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengusaha atau pengelola pariwisata.

b. Manfaat bagi Pengelola Pariwisata

Untuk melihat intensi minat berkunjung kembali ke pariwisata melalui citra destinasi, fasilitas, aksesibilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM). Penelitian ini juga bisa dijadikan titik pertimbangan positif bagi pengelola untuk memasarkan pariwisatanya dengan baik.

c. Manfaat bagi Pemerintah

Pemerintah dapat melihat peluang untuk menambah pendapatan daerah dengan melihat intensi minat berkunjung kembali ke pariwisata melalui citra destinasi, fasilitas, aksesibilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM).

2. Manfaat Akademisi

Diharapkan penelitian ini akan memberikan gambaran dan bukti empiris tentang topik yang berkaitan dengan minat berkunjung kembali ke pariwisata melalui citra destinasi, fasilitas, aksesibilitas, dan *Electronic Word of Mouth* (E-WOM). Penerbitan jurnal berkala juga merupakan keuntungan akademisi karena dapat membantu pengajuan akreditasi perguruan tinggi, program studi, dan jurnal ilmiah.