

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara yang mempunyai kepulauan terbesar di dunia berbagai keindahan alam yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Indonesia juga memiliki pengembangan potensi alam pantai yang menakjubkan, hutan tropis yang lebat dan pegunungan yang megah. Indonesia juga memiliki beragam jenis sektor untuk mendongkrak devisa negara salah satunya sektor pariwisata². Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan dan penyediaan layanan yang mencakup kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, serta layanan lainnya yang bertujuan untuk memenuhi keperluan perjalanan individu atau kelompok.³ Faktor kunci yang dapat memajukan sektor pariwisata yaitu memajukan potensi sumber daya alam pariwisata yang berkelanjutan.

Pariwisata berkelanjutan merupakan jenis pariwisata yang dapat memperhatikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pariwisata berkelanjutan bisa berupa baik saat ini maupun masa depan serta sambil memenuhi kebutuhan wisatawan

² Adenisa Aulia Rahma, "Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia," *Jurnal Nasional Pariwisata* 12, no. 1 (2020): 1.

³ Firman Sinaga et al., "Implementasi Nilai Kemandirian Dalam Meningkatkan Pengembangan Sektor Pariwisata Pulau Lombok: Studi Kasus Patung Putri Mandalika," *Journal Of Social Science Research* 4 (2024): 2481–2421.

Pariwisata berkelanjutan tersebut dapat memastikan pemanfaatan sumber daya alam secara optimal termasuk distribusi ekonomi yang adil.⁴ Dalam distribusi ekonomi yang adil bisa disebut sebagai sektor pariwisata tersebut.

Menariknya, *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan diprediksi akan menjadi tren pariwisata Indonesia di masa mendatang. Itu mengapa, sebanyak 56,76% pakar setuju jika permintaan opsi wisata ramah lingkungan menjadi tren yang banyak diminati wisatawan pada 2023 – 2024. Untuk mencapai target – target tersebut, para pakar berpendapat jika ada beberapa langkah prioritas yang perlu dilakukan guna mendorong peningkatan nilai tambah pariwisata. Salah satunya dengan fokus pada pengembangan infrastruktur dan fasilitas pendukung destinasi wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan keamanan bagi wisatawan.⁵

Sektor Pariwisata adalah sektor ekonomi global yang berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara dan memberikan kontribusi signifikan terhadap peluang kerja.⁶ Sehingga pariwisata dapat berpengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran suatu negara. Salah satunya perkembangan ekonomi industri pariwisata adalah menciptakan dan meningkatkan lapangan pekerjaan masyarakat. Dengan banyaknya kunjungan wisatawan tidak lepas adanya sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi tersebut.⁷ Menurut kementerian

⁴ Iwan Harsono, *Pariwisata Berkelanjutan: Teori Dan Penerapan Di Indonesia*, Cetakan Pe (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

⁵ Kemenparekraf Baperarekraf RI, *Expert Survey: Sektor Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tumbuh, 2024*, diakses pada tanggal 16 Mei 2025.

⁶ Elsa Aurel Agustine Situmorang et al., "Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia," *Economic Reviews Journal* 3, no. 3 (2024): 2060–65.

⁷ Heurnius Timotius and Bonifasius MH Nainggolan, "Pengaruh Citra Destinasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Objek Wisata Ecopark Ancol," *Journal Human Capital Development* 10, no. 3 (2023): 1–15

Pariwisata dalam Utomo persentase tersebut memiliki nilai sumbangan sektor pariwisata mencapai \$4,26 miliar. Sektor pariwisata dalam pendapatan dari Badan Pusat Statistik (BPS) sudah mencapai 3,6% dalam skala nasional kuartal ketiga tahun 2022 yang lalu.⁸

Gambar1. 1

Data Perkembangan Pariwisata 2024



(Sumber: BPS, April 2024)

Berdasarkan grafik perkembangan perjalanan wisatawan nasional pada bulan April 2023 hingga April 2024, terlihat bahwa jumlah perjalanan wisatawan menunjukkan pola yang fluktuatif setiap bulannya. Pada April 2023 jumlah perjalanan tercatat sebesar 567,89 ribu perjalanan, kemudian meningkat menjadi 593,24 ribu pada Mei 2023. Namun, pada Juni 2023 terjadi penurunan cukup signifikan hingga 508,25 ribu perjalanan.

Pada bulan juli 2023 jumlah perjalanan kembali melonjak mencapai 816,08 ribu perjalanan, menjadi salah satu puncak tertinggi selama periode tersebut. Setelah itu, angka kunjungan kembali menurun pada Agustus 2023 sebesar 580,38 ribu, dan

⁸ Sulistyio Budi Utomo, "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan Di Surabaya," *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business* 3, no. 2 (2023): 449–58,

terus berfluktuasi hingga akhir tahun 2023 dengan kisaran 560 – 664 ribu perjalanan. Pada memasuki tahun 2024 jumlah perjalanan wisatawan kembali meningkat, mencapai 834,7 ribu pada Januari 2024, kemudian mengalami penurunan pada Februari dan Maret, yaitu masing – masing 659,56 ribu dan 691,85 ribu perjalanan. Pada April 2024 jumlah perjalanan wisatawan tercatat 756,02 ribu perjalanan.

Secara umum jumlah perjalanan wisatawan nasional periode Januari – April 2024 juga menunjukkan peningkatan dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Pada Januari – April 2023, total perjalanan wisatawan tercatat sebanyak 2.456,32 juta perjalanan, sedangkan pada Januari – April 2024 meningkat menjadi 2.942,24 juta perjalanan, atau naik sebesar 19,78%. Jika dibandingkan dengan periode sebelum pandemi pada Januari – April 2019, perjalanan wisatawan Januari – April 2024 masih mengalami penurunan sebesar 23,72%.⁹

Sektor pariwisata yang ada di seluruh provinsi di Indonesia diantaranya yaitu di wilayah Provinsi Jawa Timur. Jawa Timur dikenal sebagai provinsi keindahan alamnya luar biasa yang memukau untuk menarik wisatawan. Keindahan alam di Jawa Timur meliputi pegunungan yang menjulang tinggi, pantai yang eksotis, danau yang tenang, air terjun yang sangat menyegarkan hingga kawah vulkanik yang menakjubkan¹⁰. Wilayah Jawa Timur pada sektor pariwisata sama seperti PDB nasional, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Jawa Timur ini sudah

⁹ Portal Informasi Indonesia., *Geliat Sektor Pariwisata Pada Pacu Pertumbuhan Ekonomi*, indonesia.go.id, 2025, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi?lang=1>. diakses pada tanggal 16 Mei 2025.

¹⁰ Dita Mauludya and Rasmuin, "Keindahan Alam Dalam Tradisi Dan Adat Jawa Timur," *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 2, no. 11 (2024): 539–48.

memberikan kontribusi sebesar Rp. 39.408,48 miliar per triwulan III pada tahun 2022 yang lalu.¹¹ Sehingga Provinsi Jawa Timur sudah melakukan pengembangan sektor pariwisata baik wisata alam maupun buatan.

Provinsi Jawa Timur memiliki banyak daerah tujuan wisata dengan keindahan alam dan wisata buatanya terletak di Kabupaten Tulungagung. Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu penghasil marmer terbesar di Indonesia. Kabupaten Tulungagung terletak kurang lebih 154 km ke arah Barat Daya dari Kota Surabaya. Secara administratif, Kabupaten Tulungagung dibagi menjadi 19 Kecamatan, 257 Desa dan 14 Kelurahan. Kabupaten Tulungagung memiliki luas wilayah 1.055,65 km² (105.565 Ha). Secara geografis, wilayah Kabupaten Tulungagung terletak antara 111°43' – 112°07' Bujur Timur dan 7°51' – 8°18' Lintang Selatan. Wilayah Kabupaten tulungagung berbatasan dengan sebelah utara adalah Kabupaten Kediri, Sebelah Timur adalah Kabupaten Blitar, Sebelah Barat adalah Kabupaten Trenggalek dan Kabupaten Ponorogo, Sebelah Selatan adalah Samudera Hindia.¹²

Kabupaten Tulungagung selain dikenal usaha batu marmer juga dikenal memiliki destinasi wisata alam di antaranya yaitu Pantai dan JLS. Kabupaten Tulungagung secara geografis terletak di tepi samudera yang menyebabkan banyaknya wisata Tulungagung diantaranya adalah wisata pantai serta banyaknya

¹¹ Utomo, "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Memperkenalkan Kawasan Wisata Jalan Tunjungan Di Surabaya."

¹² BPK Kabupaten Tulungagung, *Profil Kabupaten Tulungagung*, bpk.go.id, accessed May 16, 2025, <https://jatim.bpk.go.id/kabupaten-tulungagung/>. pada tanggal 7 Mei 2025.

melewati JLS (Jalan Lintas Selatan).¹³ Pantai yang melewati JLS tersebut terdiri dari Pantai Midodaren, Pantai Gemah, Pantai Klatak, Pantai Niyama, Pantai Bayeman, Pantai Mutiara, Pantai Pasir Putih Karanggongso, dan Pantai Grigi. Salah satu pantai yang dipilih oleh peneliti adalah Pantai Midodaren.

Pantai Midodaren merupakan pantai terletak di Desa Besuki, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. Pantai midodaren memiliki daya tarik pantai yang luas berwarna putih hijau dengan keindahan alam sunrise serta dilengkapi spot foto yang instagramable. Pantai Midodaren dikenal pantai yang fasilitasnya lebih bersaing dan menarik dari pantai lainnya. Sehingga banyak wisatawan yang menarik dalam melakukan kunjungan wisata di Pantai Midodaren.

Pantai Midodaren memiliki harga tiket yang terjangkau seharga Rp.20.000 dan biaya parkir montor Rp.5000 sedangkan untuk mobil sebesar Rp.10.000. Namun ada beberapa wisatawan yang mengeluh harga tiket dan parkir Pantai Midodaren sangat mahal ketimbang pantai lainnya di Tulungagung. Akan tetapi dengan harga tiket tersebut wisatawan sudah mendapatkan fasilitas lengkap seperti area parkir luas, spot foto instagramable, keindahan fenomena laut dan sunrise, banyaknya pohon cemara untuk berteduh, toilet gratis dan bersih, musholla, gazebo, penyewaan ATV, tempat aula, kedai kopi, toko swalayan alfamart dan beberapa UMKM lainnya. Secara tidak langsung Pantai Midodaren dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam menikmati kunjungan tersebut.

¹³ Dwi Astuti Wahyu Nurhayati and Novi Tri Oktavia, "Pemanfaatan Sumber Daya Alam Pesisir Pantai Selatan Sebagai Penunjang Pembangunan Pariwisata Pantai Gemah," *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata* 1, no. 3 (2023): 56–70

Kepuasan wisatawan atau bisa dikatakan kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller dalam Daffa dan Ratnasari merupakan perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh seseorang setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk yang diharapkan dengan kenyataan yang diterima. Sehingga kepuasan wisatawan tercermin ketika mereka menyadari bahwa harapan serta keinginan mereka dapat terpenuhi.¹⁴

Menurut Zeithaml dalam Yanie et. al Kepuasan wisatawan tidak hanya ditentukan oleh faktor harga, melainkan faktor persepsi nilai antara biaya tiket dan manfaat melalui fasilitas dan pengalaman. Meskipun harga lebih tinggi, nilai yang dirasakan seperti kebersihan toilet tanpa biaya tambahan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dalam melakukan kunjungan Pantai Midodaren.¹⁵ Pantai Midodaren juga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam menikmati kunjungan tersebut meskipun harga tiket dan parkir terbilang lebih mahal dari pantai lainnya namun dalam segi daya tarik dan fasilitasnya sesuai harapan.

Menurut Somad dan Priansa dalam Nurizki dan Ferdian, Kepuasan wisatawan dapat dikatakan sejauh mana kinerja yang dapat dirasakan dari suatu produk sejalan dengan ekspektasi yang dimiliki oleh wisatawan. Yang artinya sebuah perasaan yang dimiliki pengunjung menjadi asumsi bahwa harapannya sudah terpenuhi seperti wisatawan telah merasa puas tidaknya dalam menikmati suatu atribut

¹⁴ Katon Van Daffa and Ina Ratnasari, "Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Sempur Kabupaten Karawang," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 8, no. 1 (2022): 362–72, <https://doi.org/10.5281/zenodo.5847407>.

¹⁵ Dwi Suryaning Endah Yanie et.al , "The Influence of Perceived Value on Tourist Satisfaction at Kebun Raya Mangrove (KRM) Surabaya," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting* 7, no. 5 (2024): 1070–84.

produk wisata. Kepuasan wisatawan juga termasuk sebuah komponen penting dalam kualitas pelayanan suatu objek wisata terutama dalam pengembangan atribut produk wisata dan terciptanya suatu citra destinasi.¹⁶ Dapat disimpulkan bahwa kepuasan wisatawan adalah perasaan puas atau tidak puas terjadi ketika pengalaman wisata sesuai atau tidak sesuai dengan harapan wisatawan. Hal ini tidak hanya bergantung pada harga, tetapi juga pada nilai yang dirasakan, seperti fasilitas dan kualitas layanan. Jika kinerja destinasi wisata memenuhi atau melebihi ekspektasi pengunjung, maka wisatawan akan merasa puas.

Faktor kepuasan wisatawan dapat dilihat melalui tujuh indikator menurut Chi dan Qu dalam Elvera.¹⁷ Pertama, dari segi daya tarik berupa keindahan alam yang menarik dan sunset pada sore hari. Kedua yaitu aksesibilitas yang mudah dilewati menuju wisata Pantai Midodaren walaupun terbilang ekstrim. Ketiga, aktivitas dan even yaitu kepuasan dalam menikmati beberapa fasilitas dan hiburan seperti ATV dan spot foto. Keempat, perbelanjaan yaitu variasi produk yang dijual dan harga terjangkau seperti oleh – oleh di Midodaren. Kelima, adalah kebersihan lingkungan di pantai midodaren serta makanan dan minuman yang terjangkau. Dalam faktor kepuasan wisatawan di Pantai Midodaren juga dapat dilihat atau ditentukan melalui citra destinasi.

Citra destinasi yaitu persepsi wisatawan baik positif maupun negatif terhadap obyek wisata Pantai Midodaren tersebut. Menurut kotler dalam Daffa dan

¹⁶ M Ihsan Nurizki and Feri Ferdian, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai Kecamatan X Koto Singkarak," *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* 6, no. 2 (2023): 638–44.

¹⁷ Elvera, *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*, Cetakan Pe (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020).

Ratnasari, Citra destinasi bisa diartikan sebagai citra merk yaitu sebuah sebuah persepsi, gagasan, dan kesan yang dimiliki setiap individu terhadap suatu produk atau layanan. Citra Destinasi merupakan hasil dari keputusan perjalanan individu yang mencakup pengetahuan, emosi, dan persepsi yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat kepuasan pengunjung terhadap destinasi yang dikunjungi.¹⁸

Citra destinasi mempunyai dua dikator yaitu citra destinasi kognitif dan citra destinasi afektif.¹⁹ Menurut Qu dalam hidayatullah et. al Citra destinasi kognitif merupakan representasi mental yang terbentuk dalam pikiran dan divisualisasikan oleh para wisatawan mengenai suatu objek atau tempat wisata yang bertujuan untuk menambah pengetahuan seseorang akan tempat wisata yang dituju.²⁰ Sedangkan Citra destinasi afektif menurut Artuger, Baloglu dan McCleary merupakan ekspresi yang timbul dalam pikiran para wisatawan baik suka maupun tidak terhadap destinasi wisata yang telah mereka kunjungi. Bertujuan untuk mempengaruhi atau merubah attitude wisatawan.²¹ Dapat disimpulkan bahwa Citra destinasi merujuk pada pandangan wisatawan mengenai suatu tempat wisata. terbentuk dari keyakinan, pengetahuan, dan kesan yang memengaruhi kepuasan mereka. Citra ini terdiri dari dua aspek yaitu kognitif (pemahaman tentang destinasi) dan afektif

¹⁸ Daffa and Ratnasari, "Pengaruh Citra Destinasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Puncak Sempur Kabupaten Karawang."

¹⁹ Hery Sigit Cahyadi, *Dasar – Dasar Pembangunan Destinasi Wisata*, Edisi Pert (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020).

²⁰ Syarif Hidayatullah et al., "Citra Destinasi : Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan Yang Berkunjung Ke Gunung Bromo," *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 8, no. 1 (2020): 96–108.

²¹ *Ibid.*

(perasaan suka atau tidak suka), yang bersama – sama membentuk pandangan wisatawan dan memengaruhi keputusan kunjungan.

Hal ini dapat menjadi suatu alasan untuk mendorong wisatawan untuk ingin berkunjung di sebuah Pantai Midodaren. Citra destinasi juga dapat membuat ketertarikan wisatawan untuk mendapatkan pengalaman dalam aktivitas. Hal tersebut terciptanya kepuasan suatu wisatawan dalam mengunjungi suatu objek tersebut terhadap citra destinasi. Sehingga citra destinasi merupakan faktor penting untuk menggambarkan tempat pariwisata itu sendiri sehingga para wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut merasa puas di wisata Pantai Midodaren.²² Tidak hanya citra destinasi saja tetapi atribut produk wisata juga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Atribut produk wisata merupakan elemen yang dapat berupa nyata maupun tidak nyata dalam suatu perjalanan serta hanya dapat dirasakan ketika keseluruhan rangkaian perjalanan mampu memberikan pengalaman positif bagi para wisatawan yang melakukan perjalanan tersebut. Menurut Kotler & Keller dalam Falahah dan Setiyarini bahwa Atribut produk wisata merupakan karakteristik memiliki dampak terhadap loyalitas serta kepuasan para wisatawan.²³ Atribut produk wisata dapat

²² *Ibid.*

²³ Nurul Falahah and Triana Setiyarini, "Atribut Produk Wisata Dalam Membangun Loyalitas Pengunjung Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Wisata Pantai Tlangoh Kabupaten Bangkalan)," *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)* 4, no. 1 (2024): 88–97, <https://doi.org/10.21107/jkim.v4i1.24934>.

mempengaruhi kepuasan wisatawan melalui strategi dalam pengembangan maupun pemasaran dari sektor pariwisata.²⁴

Menurut Oka Yoeti dalam Huda et al. Atribut produk wisata dapat dibagi menjadi tiga indikator yaitu *Attraction* (Daya Tarik), *Amenity* (Fasilitas) dan *Accessibility* (aksesibilitas).²⁵ Daya tarik wisata (*attraction*) merupakan faktor utama pemikat wisatawan yang terbagi menjadi tiga kelompok yaitu *natural attractions*, *built attractions*, dan daya tarik lain. Fasilitas (*amenity*) merupakan pendukung kenyamanan selama kunjungan yang dibagi menjadi lima kelompok yaitu kuliner, hiburan, perbelanjaan, fasilitas umum, dan pelayanan tambahan. Aksesibilitas (*accessibility*) merupakan penentu kemudahan dalam mencapai tujuan destinasi tersebut dapat dibagi menjadi empat kelompok yaitu infrastruktur, perlengkapan transportasi, operasional dan regulasi.

Pantai Midodaren telah memiliki ketiga indikator atribut produk wisata tersebut, namun masih belum terjawab seberapa besar atribut produk wisata juga berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Menurut Nurizki dan Ferdian, kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi untuk meningkatkan atribut produk wisata sangat penting melalui meningkatkan minat pengunjung untuk kembali di kawasan tersebut, mengunjungi objek wisata yang dituju, serta merekomendasikan lokasi tersebut kepada orang lain.²⁶ Dapat disimpulkan bahwa atribut produk wisata

²⁴ Nurizki and Ferdian, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai Kecamatan X Koto Singkarak."

²⁵ Farhanul Huda et.al, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Ke Pantai Melasti, Badung Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal IPTA* 10, no. 1 (2022): 76.

²⁶ Nurizki and Ferdian, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Lereng Green View Tanjung Alai Kecamatan X Koto Singkarak."

merupakan elemen – elemen nyata maupun tidak nyata dalam suatu destinasi yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan, meliputi daya tarik (*attraction*), fasilitas (*amenity*), dan aksesibilitas (*accessibility*). Ketiga faktor ini berperan penting dalam membentuk loyalitas pengunjung serta menentukan minat mereka untuk kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut.

Saat peneliti ini melakukan observasi di lapangan, Pantai Midodaren memiliki permasalahan dalam pengembangan citra destinasi berupa kiriman di arus laut membawa sampah dan disebabkan karena kurangnya kesadaran wisatawan yang masih membuang sampah sembarangan padahal sudah disediakan tempat sampah disekeliling lingkungan. Penyebab wisatawan membuang sampah sembarang karena tempat sampah tersebut jauh dan terbatas. Dalam kondisi Pantai Midodaren ini sama seperti pantai lainnya terutama di Pantai Gemah dan Pantai Niyama yaitu banyak sampah di sekitar area pantai. Padahal pengelola Pantai Midodaren juga sudah melakukan pembersihan atau pengurangan sampah meskipun masih melakukannya secara manual dan belum dapat sepenuhnya mengatasi permasalahan tersebut. Selain itu permasalahannya terletak pada atribut produk wisata salah satunya masih banyaknya sampah yang berserakan di sepanjang garis pantai.

Permasalahan yang kedua, aksesibilitas menuju di pantai Midodaren terlalu curam namun dari segi jalannya termasuk mudah dilewati. wisatawan saat mengendarai akses menuju ke pantai merasa ketakutan disebabkan karena jalannya terlalu curam. Pada Pantai Midodaren memiliki permasalahan tersebut, pantai ini masih diminati banyak orang meskipun mengalami fluktuasi pada jumlah

kunjungan wisatawan. Meskipun curam pihak pengelola Midodaren menyediakan fasilitas angkutan menuju di lokasi Pantai Midodaren.

Penelitian sebelumnya mengkaji tentang kepuasan wisatawan yaitu penelitian Farhanul Huda et. al mengenai banyaknya atribut produk wisata di Beach Club yang rusak serta kurangnya pelayanan yang tidak *recommend* di salah satu *review google* negatif sehingga dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil penelitian tersebut bahwa berdasarkan hasil analisis determinasi, pengaruh atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Melasti di Kabupaten Badung pada masa Pandemi Covid-19 adalah sebesar 31% berpengaruh positif dan signifikan.²⁷ Sama seperti Pantai Midodaren yang berdasarkan *review google* bedanya ada beberapa netizen mengatakan Pantai Midodaren memiliki daya tarik wisata namun masih ada sampah di sekitar area pantai karena kurangnya kesadaran masyarakat yang suka membuang sampah sembarangan serta jalan menuju pantai lebih ekstrim.

Permasalahan serupa pada penelitian ini yaitu pada penelitian Rohmania yaitu di pantai Gemah merupakan pantai yang paling banyak diminati dalam daya tariknya oleh banyak orang namun masih banyaknya sampah berserakan di arena pantai sehingga dapat mempengaruhi citra destinasi untuk memutuskan niat berkunjung ulang serta kepuasan yang dirasakan wisatawan ketika melakukan kunjungan melalui motivasi dalam niat berkunjung ulang tersebut.²⁸ Hasil

²⁷ Huda, Dewi, and Agus Wikanatha Sagita, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Nusantara Ke Pantai Melasti, Badung Pada Masa Pandemi Covid-19." hal. 77 – 78.

²⁸ Dewi Nur Rohmania, "Pengaruh Citra Destinasi, Motivasi Wisatawan Dan E-Wom Negatif Terhadap Niat Berkunjung Ulang," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 3, no. 5 (2022).

penelitian Romania menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, motivasi wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*, e-wom negatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap *revisit intention*.

Kesenjangan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian sebelumnya sudah banyak meneliti tentang citra destinasi atau atribut produk wisata terhadap kepuasan berkunjung atau keputusan berkunjung secara terpisah. Namun, masih belum ditemukan penelitian pengaruhnya kedua variabel independen tersebut secara bersama – sama atau simultan terhadap kepuasan wisatawan. Pantai Midodaren sudah ada yang meneliti oleh penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian Aurelyta²⁹ dengan Rinda³⁰, namun di Pantai Midodaren ini masih belum ada yang meneliti tentang pengaruhnya citra destinasi dengan atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan serta menggunakan pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menawarkan keterbaruan tentang mengintegrasikan citra destinasi dengan atribut produk wisata secara parsial maupun simultan untuk menganalisis kepuasan wisatawan, serta menjadi studi pertama yang menerapkan metode regresi berganda pada destinasi Pantai Midodaren.

Pentingnya penelitian ini juga dapat dilakukan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola Pantai Midodaren dalam meningkatkan kualitas destinasi, mengatasi masalah kebersihan dan aksesibilitas, serta mempertahankan kepuasan

²⁹ Aurelyta Melvi Nadila, *Analisis Potensi Wisata Dan Strategi Pengembangan Berkelanjutan Di Pantai Midodaren Kabupaten Tulungagung* (UIN SATU Tulungagung, 2024).

³⁰ Rinda Andrianistya Ningrum, *Analisis Swot Dalam Pemetaan Strategi Pemasaran Wisata Pantai Midodaren Tulungagung* (UIN SATU Tulungagung, 2024).

wisatawan di tengah persaingan sektor pariwisata Jawa Timur, sekaligus memperkaya literatur akademis terkait pariwisata berbasis alam.

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka penelitian ini guna mengangkat permasalahan serta penelitian lebih lanjut untuk mengetahui kedua variabel independen antara citra destinasi dan atribut produk wisata secara spesifik yang belum dilakukan oleh penelitian sebelumnya untuk mempengaruhi kepuasan wisatawan di Pantai Midodaren dengan metode regresi berganda. Demikian judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Citra Destinasi dan Atribut Produk Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Midodaren”**.

B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang terjadi meliputi:

1. Kurangnya kebersihan sekitar Pantai.

Salah satu kurangnya kebersihan pantai yaitu masih banyaknya sampah meskipun pengelola sudah berupaya mengurangi sampah sekitar. Hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran masyarakat dan pengunjung. Kebersihan pantai dapat mempengaruhi adanya citra destinasi atau persepsi terhadap kepuasan wisatawan.

2. Harga tiket masuk lebih mahal dari pantai lainnya di Kabupaten Tulungagung.

Harga tiket masuk mahal disebabkan karena fasilitas di wisata Pantai Midodaren lebih memadai terutama pada toilet tanpa dipungut biaya

serta view dan spot foto yang lebih instagramable, serta kebersihan dari segi fasilitasnya cenderung lebih bersih dan terawat ditambah lagi ada resort atau homestay yang unik bagi pengunjung ingin menginap. Hal ini membuat sebuah atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan.

3. Aksesibilitas menuju Pantai Midodaren.

Dari segi aksesibilitas di pantai Midodaren jalannya terlalu curam sehingga para wisatawan harus sangat waspada namun jalannya masih tergolong dilewati tetapi ada jalan yang masih retak sehingga perlu adanya perbaikan demi keselamatan wisatawan.

Batasan Penelitian ini adalah mengenai pengaruh citra destinasi dan atribut produk wisata sebagai variabel independen terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel dependen. Fokus penelitian hanya dilakukan di objek wisata Pantai Midodaren, Kabupaten Tulungagung, dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode analisis regresi linier berganda untuk mengukur hubungan antar variabel.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah yang dijelaskan, rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi dan atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren ?

2. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren?
3. Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren?

D. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini untuk menguji citra destinasi dan atribut produk wisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren.
2. Penelitian ini untuk menguji citra destinasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren.
3. Penelitian ini untuk menguji atribut produk wisata memiliki pengaruh terhadap kepuasan wisatawan di wisata Pantai Midodaren.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh citra destinasi serta atraksi produk wisata. Hasil penelitian ini dapat diharapkan untuk menambah ilmu dan wawasan pada bidang yang sama.

2. Secara Praktis

a. Akademis

Dari hasil penelitian ini secara akademis diharapkan bisa memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu pariwisata, khususnya di bidang pelayanan pariwisata serta bisa bermanfaat bagi penelitian ilmu pariwisata selanjutnya. Serta dapat digunakan sebagai salah satu kelengkapan dan persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dari Universitas Sayyid Alirahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Peneliti

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari dalam perkuliahan serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh citra destinasi dan atraksi produk wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Midodaren Tulungagung.

c. Bagi Pengelola Pantai Midodaren.

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran pada Pantai Midodaren dalam meningkatkan dan mempertahankan jumlah pengunjung untuk kedepannya serta kebersihan dan pengembangan obyek wisata.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk menjadi referensi pendukung penelitian selanjutnya dan teruntuk penelitian

yang memiliki pembahasan ini tentang pengaruh citra destinasi dan atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan.

F. Ruang lingkup Penelitian

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini untuk mencegah pembahasannya masalah di luar topik pembahasan. Mengingat adanya keterbatasan waktu, lokasi, anggaran dan sumber daya manusia, penelitian ini akan memberikan batasan yang jelas yaitu :

1. Batasan penelitian.

Penelitian ini dibatasi mengenai pengaruhnya dua variabel independen antara citra destinasi (X1) dan atribut produk wisata (X2) terhadap kepuasan wisatawan sebagai variabel terikat di Pantai Midodaren sehingga pembahasannya hanya terkait citra destinasi dan atribut produk wisata terhadap kepuasan wisata.

2. Permasalahan yang diteliti.

Permasalahan pada penelitian ini bahwa meskipun Pantai Midodaren memiliki daya tarik dan fasilitas yang memadai, masih terdapat beberapa kendala seperti kebersihan sekitar pantai dan aksesibilitas yang curam. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana citra destinasi dan atribut produk wisata memengaruhi kepuasan wisatawan. Di sisi lain, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh citra destinasi dan atribut produk wisata terhadap kepuasan wisatawan di Pantai Midodaren, menjadi dasar untuk dilakukan penelitian lebih lanjut agar memperoleh

pemahaman tentang hubungan kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengunjung.

3. Area yang menjadi fokus penelitian.

Area fokus dari penelitian ini adalah pada Pantai Midodaren yang terletak di di desa Besuki, Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.

G. Penegasan Variabel

1. Definisi konseptual

a. Citra Destinasi.

Citra destinasi merupakan representasi mental yang terbentuk dari keyakinan, kesan, dan pengetahuan seseorang tentang suatu tempat wisata, yang mencakup penilaian objektif (kognitif) terhadap atribut fisik destinasi serta respons emosional (afektif) terhadap pengalaman yang dirasakan atau diharapkan dari destinasi tersebut³¹.

b. Atribut produk wisata

Atribut produk wisata merupakan suatu produk yang disusun dalam sebuah paket yang mencakup beberapa komponen baik yang bersifat berwujud maupun tidak berwujud dalam kegiatan di suatu tujuan yang dapat dialami oleh pengunjung sebagai pengalaman yang sesuai dengan harga pasar dalam menikmati suatu perjalanan di tempat tujuan suatu destinasi.³²

³¹ Agung Slamet Sukardi and Elvira Ulil Afidah, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Presepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Jepara", *Journal of Management and Digital Business* 4, no. 1 (2024): 15–29, <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.789>.

³² *Ibid.* hal.639

c. Kepuasan wisatawan

Kepuasan wisatawan adalah sebuah tingkat kepuasan atau kepuasan yang dialami oleh wisatawan setelah melakukan atau mengunjungi suatu destinasi wisata tertentu. Kepuasan wisatawan umumnya dapat mencerminkan sejauh mana harapan dan keinginan mereka terpenuhi saat melakukan berwisata ke destinasi tersebut.³³

2. Definisi Operasional

a. Citra destinasi

Citra destinasi merupakan harapan yang dialami oleh wisatawan setelah mengunjungi lokasi wisata yang menghasilkan tingkat kepuasan serta bisa memberikan rekomendasi kepada orang lain. Pengukuran indikator citra destinasi menggunakan teori Baloglu dan McClery: Beerli dan Martin meliputi citra destinasi kognitif dan citra destinasi afektif.³⁴

b. Atribut produk wisata

Atribut produk wisata merupakan seluruh pelayanan yang didapatkan dan dirasakan pengunjung sejak pergi dari tempat tinggal, hingga tiba di destinasi wisata yang menjadi pilihan dan pulang ke tempat tinggalnya.³⁵ Pengukuran indikator atraksi produk wisata

³³ Revi Ifatul Azizah and Fathor AS, "Peran Pemasaran Digital, Fasilitas, Kepuasan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Desa Wisata," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 3 (2023): 1689–1710

³⁴ Cahyadi, *Dasar – Dasar Pembangunan Destinasi Wisata*.

³⁵ Sofinatun Nisa, Agung Budiarmo, and Sari Listyorini, "Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Objek Wisata Linggoasri Kabupaten Pekalongan)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 12, no. 2 (2023): 689–97.

menggunakan teori Oka A. Yoeti meliputi daya tarik tujuan wisata, Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, dan aksesibilitas kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.³⁶

c. Kepuasan Wisatawan

Kepuasan wisatawan perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan individu setelah melakukan perbandingan antara pelayanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki.³⁷ Pengukuran indikator kepuasan wisatawan menggunakan teori Chi dan Qu yaitu perbelanjaan, aktivitas dan even, aksesibilitas, daya tarik, lingkungan dan makanan.³⁸

H. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika pembahasan ini bertujuan dalam menyajikan pemahaman yang jelas tentang penelitian skripsi ini maka tata urutan penulisan ini dapat mencakup informasi mengenai topik dan materi yang dibahas di setiap bab. Berikut adalah tata urutan penulisan ini:

BAB I Pendahuluan

Pada Bab ini berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arah penelitiannya. Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan

³⁶ Sedarmayanti et.al, *Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*, Cetakan Ke (Bandung: PT. Refika Aditama, 2018).

³⁷ Ni Putu Taning et al., "Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Aik Nyet Desa Buwun Sejati," *Journal Of Responsible Tourism* 2, no. 2 (2022): 379–92, <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i2.2173>.

³⁸ Elvera, *Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan*.

keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi terkait dengan Pengaruh Citra Destinasi dan Atraksi Produk Wisata Terhadap Kepuasan wisatawan di Wisata Pantai Midodaren Kabupaten Tulungagung.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisi mengenai kerangka teori yang membahas terkait variabel dan sub variabel penelitian yang digunakan mulai dari penelitian terdahulu, kerangka teori dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan mengenai langkah – langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah, Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pernyataan – pernyataan dalam rumusan masalah dan hasil penelitian data.

BAB V Pembahasan

Pada bab ini memuat pola – pola, kategori – kategori dan dimensi – dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori – teori sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI Penutup

Kesimpulannya berisi berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, keterbatasan peneliti dan saran dari hasil penelitian yang ditunjukkan kepada pihak – pihak tertentu.