

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

(Sulistyono *et al.*, 2024) Pembangunan wilayah dilakukan untuk mengoptimalkan dan memperkuat potensi sumber daya alam lokal, dengan dasar perencanaan yang terintegrasi agar mendorong pertumbuhan yang seimbang dan berkelanjutan. Potensi pariwisata diarahkan untuk meningkatkan kapasitas dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Indonesia memiliki beragam destinasi pariwisata yang memiliki daya tarik, terutama dari aspek keindahan alam.

(Ashari *et al.*, 2024) Pemerintah daerah melakukan upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui optimalisasi potensi sektor pariwisata yang menjadi salah satu strategi yang semakin mendapatkan perhatian. Sektor ini dinilai memiliki peran strategis sebagai penggerak utama pembangunan ekonomi serta sebagai sumber devisa. Peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi tujuan mendasar dari pembangunan, yang dilakukan dengan mengoptimalkan potensi sumber daya yang dimiliki secara bijak dan berkelanjutan. Pengembangan sektor pariwisata dipandang sebagai langkah penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah.

Sebagai bagian dari upaya pembangunan nasional, pariwisata hadir tidak hanya sebagai sumber devisa, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi masyarakat. Dari ujung barat hingga timur, Indonesia dianugerahi kekayaan

budaya dan alam yang luar biasa, yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Melalui berbagai kebijakan, pemerintah terus mendorong pemanfaatan potensi wisata sebagai strategi pengembangan ekonomi lokal. Berbagai destinasi, seperti wisata kuliner yang khas, keindahan alam yang menakjubkan, serta objek wisata buatan, menjadi bagian penting dari kekayaan pariwisata Indonesia.

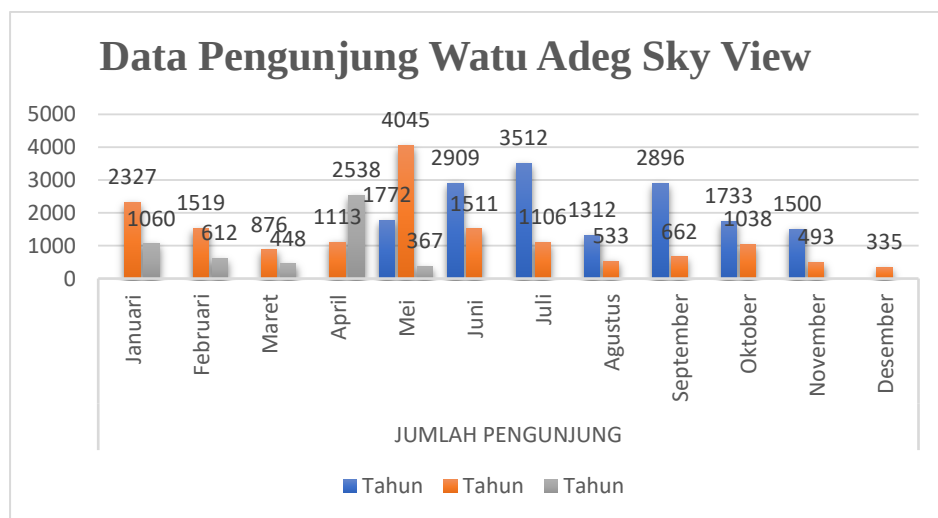
Disisi yang lain, perkembangan sektor pariwisata juga menghadapi tantangan tersendiri, salah satunya adalah persaingan antar daerah dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata mereka. Kondisi ini menyebabkan nilai jual suatu objek wisata menjadi faktor krusial dalam menarik minat wisatawan. Baiknya animo masyarakat terhadap pariwisata mendorong berbagai daerah untuk mengembangkan potensi wisata lokal, termasuk di wilayah Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Wonogiri, yang mulai berbenah dalam meningkatkan kualitas dan daya saing destinasi wisatanya.

Potensi pariwisata di Kabupaten Wonogiri memang sangat menjanjikan, ditunjang oleh keberagaman objek wisata yang mampu menarik minat wisatawan dari berbagai kalangan dan berkontribusi nyata terhadap perkembangan sektor pariwisata daerah. Beberapa destinasi unggulan yang sudah dikenal luas antara lain wisata Goa Putri Kencono, Waduk Gajah Mungkur, Pantai Sembukan, Museum Karst, Air Terjun Girimanik, Bukit Cumbri, serta Kahyangan. Di tengah potensi tersebut, Watu Adeg *Sky View* muncul sebagai destinasi baru yang tengah dikembangkan di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, dengan daya tarik utama berupa panorama alam yang menawan serta suasana yang nyaman dan sejuk.

Sebagai destinasi wisata yang terletak di pinggiran bukit dengan ketinggian sekitar 600 meter di atas permukaan laut, Watu Adeg *Sky View* menawarkan pengalaman yang unik bagi para pengunjungnya. Panorama alam yang dapat dinikmati berupa pemandangan Gunung Lawu serta kawasan timur Wonogiri yang membentang luas, memberikan nuansa eksotis yang mampu memikat siapa saja yang berkunjung. Keunggulan lain, yang tidak kalah penting adalah aksesibilitas lokasi yang sangat baik, karena berdekatan dengan jalan raya utama. Infrastruktur pendukung, seperti anak tangga menuju puncak yang sudah diplester dan dilengkapi pegangan kayu, memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung. Selain itu, area gazebo yang berada di sekitar bibir tebing dilengkapi pagar pembatas, sehingga memberikan tempat yang ideal untuk beristirahat sekaligus menikmati pemandangan.

Sebagai tempat rekreasi, Watu Adeg *Sky View* mampu menyuguhkan suasana yang asri dan menyegarkan, menjadikannya pilihan favorit bagi wisatawan yang mencari hiburan dan relaksasi. Oleh karena itu, destinasi ini sangat layak untuk dipromosikan secara lebih luas sebagai salah satu ikon wisata baru di Kabupaten Wonogiri. Meski memiliki potensi besar, pengembangan Watu Adeg *Sky View* sebagai produk wisata yang komprehensif masih menghadapi sejumlah tantangan. Potensi yang ada belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal ini menjadi perhatian utama karena pengelolaan objek wisata ini masih berada di tangan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang memiliki peluang besar untuk memberdayakan ekonomi lokal melalui pengembangan pariwisata

berbasis komunitas. Berdasarkan data kunjungan wisatawan menunjukkan tren fluktuatif, bahkan cenderung menurun dalam beberapa bulan terakhir. Hal ini menjadi indikator bahwa pengembangan destinasi belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal dan strategis. Hal ini dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 1. 1 Data Pengujung Watu Adeg Sky View

Berdasarkan data kunjungan wisatawan dari bulan Mei 2023 hingga Mei 2025, terlihat bahwa jumlah pengunjung mengalami pasang surut. Penurunan yang cukup signifikan terjadi pada bulan Maret dan April setiap tahunnya, yang bertepatan dengan musim penghujan. Kondisi ini tentu berdampak pada kenyamanan dan minat wisatawan untuk datang. Di sisi lain, peningkatan kunjungan biasanya terjadi pada bulan Mei, bertepatan dengan peralihan ke musim kemarau dan sering kali bersamaan dengan masa liburan. Penurunan kembali terjadi pada bulan Juni dan Juli karena bertepatan dengan awal tahun ajaran baru, dan puncaknya pada bulan November hingga awal

tahun berikutnya, di mana musim hujan dan minimnya inovasi dari pihak pengelola menjadi faktor utama yang menurunkan jumlah kunjungan.

Saat ini, Watu Adeg *Sky View* masih sangat bergantung pada daya tarik visual semata, dengan keindahan panorama alam sebagai nilai jual utamanya, meskipun pemandangan alam yang disuguhkan memang memikat, ketergantungan pada aspek visual saja tanpa pengembangan daya tarik yang variatif berisiko menimbulkan kejenuhan di kalangan wisatawan. Salah satu penyebab utama menurunnya jumlah kunjungan tidak hanya berasal dari faktor eksternal seperti cuaca, tetapi juga dari kurang maksimalnya pengelolaan dan pemeliharaan kawasan wisata serta minimnya inovasi baru dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Minimnya alternatif aktivitas membuat kunjungan terasa monoton, terutama setelah kunjungan pertama, sehingga menurunkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung.

Disisi lain kurangnya spot foto yang unik dan Instagramable terutama hanya terdapat spot foto berupa jaring dan tulisan "*Welcome to Watu Adeg Sky View*", yang dinilai kurang menarik, terutama bagi generasi muda seperti Generasi Z yang sangat aktif di media sosial. Spot foto yang menarik bukan hanya menambah daya tarik, tetapi juga berperan sebagai media promosi digital yang sangat efektif. Pengunjung yang puas dengan pengalaman visual cenderung membagikan momen mereka di platform media sosial, yang secara tidak langsung dapat menarik lebih banyak wisatawan potensial.

Lebih jauh lagi, kepuasan wisatawan menjadi indikator penting yang harus diperhatikan dalam pengelolaan destinasi wisata. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh keindahan alam dan ketersediaan fasilitas, tetapi juga oleh

kenyamanan, akses lokasi, dan pelayanan informasi yang diterima oleh wisatawan selama kunjungan. Di Watu Adeg *Sky View*, masih ditemukan kendala seperti terbatasnya tempat berteduh saat kondisi ramai, kurangnya keberagaman kuliner, serta minimnya pilihan aktivitas wisata. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya berdampak pada rendahnya keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

Niat berkunjung kembali merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan destinasi wisata. Wisatawan yang puas dengan pengalaman wisata cenderung memiliki niat untuk kembali berkunjung di masa mendatang. (Farmedina *et al.*, 2024) Niat berkunjung kembali merupakan keinginan wisatawan yang didorong oleh motivasi mereka untuk berkunjung kembali. Niat berkunjung kembali ini memungkinkan wisatawan untuk menggunakan layanan berulang kali di masa depan. Niat ini dipicu oleh perasaan puas dan tidak puas wisatawan terhadap layanan yang diberikan. Menurut (Hasanah *et al.*, 2024) Menyatakan bahwa pengunjung berulang akan tinggal lebih lama, memiliki aktifitas konsumtif yang lebih baik dan lebih puas serta memberikan ulasan yang baik kepada orang lain dan berencana kembali ke destinasi tersebut serta merekomendasikannya pada orang lain. (Dasangga & Ratnasari, 2022) Pengalaman yang memuaskan di suatu destinasi wisata mendorong wisatawan untuk tidak hanya ingin kembali berkunjung, tetapi juga merekomendasikannya kepada orang lain, sebagai bentuk kesetiaan melalui penyampaian dari mulut ke mulut.

Wisatawan memutuskan untuk kembali ke sebuah destinasi bukan tanpa alasan daya tarik unik dari objek wisata tersebut menjadi salah satu

faktor utama. Menurut (Ester *et al.*, 2020) Daya tarik wisata berperan sebagai elemen kunci dalam mendorong aktivitas kepariwisataan di suatu destinasi. Keberhasilan sebuah destinasi wisata sangat ditentukan oleh kekuatan daya tariknya, karena hal tersebut menjadi alasan utama yang mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan. (Sahda Salsabila, 2023) menyebutkan bahwa wisatawan dapat melakukan 4 kegiatan ketika mengunjungi destinasi wisata yaitu melihat, mempelajari, menikmati dan mencari pengalaman. (Putri 2021) Daya tarik wisata merupakan komponen penting dalam industri pariwisata karena menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk memilih suatu destinasi. Semakin kuat dan unik daya tarik yang ditawarkan, semakin besar pula potensi destinasi tersebut dalam menarik kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, pengembangan daya tarik wisata sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2021) hasil studi mengindikasikan jika daya tarik wisata Pantai Menganti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas daya tarik wisata pada objek tersebut dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk kembali, sementara itu (Sulistyono *et al.*, 2024) mengemukakan meskipun daya tarik wisata tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat berkunjung kembali, perubahan tren wisata yang tidak diimbangi dengan pengembangan daya tarik yang unik di Telaga Sarangan, serta rendahnya apresiasi wisatawan terhadap atraksi yang ada, menjadi hambatan dalam meningkatkan daya tarik destinasi.

(Ramadhan & Hidayah, 2024) Keunikan yang dimiliki oleh sebuah destinasi wisata dapat berfungsi sebagai daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk mengunjungi kembali tempat tersebut. Pengelola destinasi wisata perlu mengembangkan elemen-elemen khas yang menjadi ciri pembeda agar menarik minat pengunjung, selain itu keindahan alam dan daya tarik eksotis suatu tempat dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Kesan pertama sangat berpengaruh apabila yang dirasakan oleh pengunjung positif, hal tersebut berpotensi menumbuhkan niat mereka untuk kembali.

Di samping daya tarik wisata, tersedianya fasilitas yang memadai turut menjadi faktor krusial dalam memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke suatu destinasi. Menurut (Novia Febriani & Hijriyanti Suyuthie, 2024) fasilitas wisata merujuk pada layanan penunjang yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan hiburan bagi pengunjung, sekaligus memenuhi kebutuhan mereka terhadap produk pariwisata. Ketersediaan fasilitas yang baik di setiap objek wisata memiliki peran strategis dalam mendorong loyalitas pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang.

(Qomariyah & Purwanto, 2024) Fasilitas dalam konteks pariwisata mencakup semua sarana pendukung yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama kunjungan mereka, baik untuk kenyamanan, partisipasi dalam kegiatan, maupun pengalaman berwisata yang menyeluruh.

(Elisa Putri Kristiana, 2024) Fasilitas merupakan elemen krusial dalam menunjang kenyamanan wisatawan. Ketersediaan fasilitas yang baik tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar pengunjung, tetapi juga memengaruhi

niat mereka untuk kembali. Sebaliknya, fasilitas yang buruk dapat mengurangi kenyamanan dan menurunkan keinginan untuk berkunjung ulang. (Masykur *et al.*, 2022) Keberadaan fasilitas memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pengunjung, fasilitas yang baik dan memadai menjadi salah satu faktor utama dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan berkontribusi dalam membentuk niat untuk melakukan kunjungan ulang di masa yang akan datang. Merujuk pada penelitian (Muliawati *et al.*, 2023) fasilitas yang tersedia di Kawasan Luar Pura Uluwatu berkontribusi positif dan signifikan terhadap intensi pengunjung kembali berwisata ke lokasi tersebut, sebaliknya (Sulistyono *et al.*, 2024) mengemukakan jika niat masyarakat berkunjung kembali ke Telaga Sarangan tidak dipengaruhi oleh fasilitas yang memadai.

Niat wisatawan untuk kembali berkunjung suatu destinasi tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik dan fasilitas yang ada, tetapi juga oleh tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Kepuasan wisatawan dapat dipahami sebagai tanggapan atau reaksi konsumen terhadap sejauh mana kebutuhan mereka terpenuhi. Menurut (Nugraha & Rafdinal, 2022) kepuasan merupakan perasaan puas atau kecewa yang muncul ketika produk yang diterima dibandingkan dengan ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen tercipta ketika ekspektasi mereka terhadap suatu layanan dapat dipenuhi, dan akan meningkat apabila layanan tersebut melebihi ekspektasi. Dalam industri pariwisata, tingkat kepuasan wisatawan sangat berpengaruh terhadap loyalitas mereka, yang tercermin dari keinginan untuk kembali berkunjung serta memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Menurut (Kusumawardani, 2020) Harapan konsumen dibentuk oleh sejumlah faktor, seperti pengalaman konsumsi sebelumnya, rekomendasi dari orang terdekat, serta informasi yang disampaikan melalui promosi atau iklan. Apabila harapan yang dibentuk terlalu baik namun tidak terealisasi, maka hal tersebut berpotensi menimbulkan kekecewaan. Tingkat kepuasan konsumen juga ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas produk atau layanan, kesesuaian harga, serta kualitas pelayanan yang diterima. Pada konteks pariwisata, wisatawan cenderung menilai pengalaman berkunjung mereka berdasarkan tingkat kepuasan yang dirasakan, yang kemudian memengaruhi keputusan untuk melakukan kunjungan ulang.

(Intan *et al.*, 2023) Kesan positif yang dirasakan wisatawan selama perjalanan berpotensi menimbulkan kepuasan, yang kemudian mendorong niat untuk melakukan kunjungan ulang. Kepuasan ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas wisatawan, baik dalam bentuk keinginan untuk kembali, tinggal lebih lama, maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

(Kusumah *et al.*, 2020) menemukan bahwa kepuasan konsumen tidak berkontribusi terhadap niat kunjungan ulang, karena mereka mungkin hanya merasa puas untuk satu kali kunjungan. tanpa adanya dorongan untuk kembali Hal ini berbeda dengan temuan (Kawatu *et al.*, 2020) yang menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Wisatawan yang merasa puas cenderung memiliki keinginan untuk mengulangi pengalaman serupa di masa mendatang dan bahkan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

(Kawatu *et al.*, 2020) Meningkatnya niat kunjungan ulang wisatawan sering kali didorong oleh tingkat kepuasan yang mereka alami selama berkunjung. Kepuasan tersebut muncul sebagai respons atas terpenuhinya ekspektasi terhadap fasilitas, pelayanan, dan daya tarik wisata. Oleh karena itu, kepuasan menjadi fondasi utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara wisatawan dan destinasi. Pengalaman yang menyenangkan selama kunjungan pertama dapat menciptakan kesan positif yang memotivasi wisatawan untuk merasakan kepuasan yang serupa pada kunjungan berikutnya.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas, dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg Sky View Desa Pucung, Wonogiri)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg Sky View Desa Pucung, Wonogiri)
2. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg Sky View Desa Pucung, Wonogiri)

3. Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)
4. Apakah Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawaan secara bersama berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)

1.3 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)
- b. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)
- c. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)
- d. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas dan Kepuasan Wisatawaan secara bersama berpengaruh terhadap Niat Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata Watu Adeg *Sky View* Desa Pucung, Wonogiri)

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk membantu memperluas pemahaman mengenai aspek-aspek yang berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali dengan mempertimbangkan variabel-variabel seperti daya tarik wisata, fasilitas dan kepuasan. Selain itu juga sebagai wadah implementasi ilmu yang telah didapatkan pada bangku perkuliahan dengan wujud yang nyata serta sebagai referensi dan pengetahuan untuk penelitian kedepannya.

b. Bagi Objek Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi pengelola wisata dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan daya tarik wisata, fasilitas, dan kepuasan wisatawan serta dapat menjadi pijakan untuk membantu pengelola wisata sebagai penyedia wisata dalam mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kekurangan yang ada.

c. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau daftar pustaka di kampus dan dapat menjadi sumbangan untuk pembendaharaan perpustakaan.

d. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan referensi bagi pembaca serta penelitian setelahnya mengenai beberapa penjelasan teori

dan variabel yang telah disebutkan selanjutnya terutama yang berhubungan dengan daya tarik, fasilitas, kepuasan dan niat berkunjung kembali.

