

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia dan menjadi salah satu penyumbang devisa utama. Choirunnisa dan Karmilah (2020) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan aktivitas perjalanan sementara dari satu tempat ke tempat lain yang umumnya bertujuan untuk rekreasi dan pemanfaatan waktu luang. Sementara itu, Munir et al. (2025) menekankan bahwa pariwisata tidak hanya dipandang sebagai kegiatan rekreasi, tetapi juga sebagai sarana memperoleh kepuasan, hiburan, olahraga, dan pengalaman menyenangkan.

Perkembangan pariwisata Indonesia terus meningkat seiring dengan kekayaan alam, keragaman budaya, serta dukungan infrastruktur yang semakin baik. Secara global, sektor pariwisata telah menjadi salah satu motor penggerak perekonomian dunia. Orianne (2023) mencatat bahwa sebelum pandemi COVID-19, pariwisata menyumbang lebih dari 10% PDB global dan menciptakan ratusan juta lapangan kerja. Meskipun sempat terdampak pandemi, sektor ini kembali pulih, termasuk di Indonesia, yang ditandai oleh meningkatnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara pada tahun 2023 (Magetan, n.d.). Pemulihan ekonomi pasca pandemi berperan penting dalam meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata, yang berdampak pada kepuasan pengunjung. Meningkatnya aktivitas wisata, ditunjukkan oleh kenaikan perjalanan wisata domestik sebesar 19,82%

pada tahun 2022, mendorong bertambahnya pendapatan dan investasi di sektor pariwisata. Kondisi ini memungkinkan pengelola destinasi untuk memperbaiki fasilitas, layanan, dan infrastruktur, sehingga pengunjung memperoleh pengalaman wisata yang lebih nyaman dan bernilai. Perbaikan kualitas pengelolaan tersebut turut memengaruhi persepsi pengunjung terhadap kewajaran harga serta membentuk citra destinasi yang positif, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung (BPS Indonesia, 2023).

Perubahan perilaku dan preferensi wisatawan turut mendorong dinamika sektor pariwisata. Kurniasari et al. (2024) menyebutkan bahwa wisatawan generasi Z kini lebih mempertimbangkan kebersihan, ketersediaan fasilitas, keamanan, serta keberlanjutan lingkungan dalam memilih destinasi. Infrastruktur yang higienis serta komitmen destinasi terhadap konservasi lingkungan terbukti meningkatkan kepuasan pengunjung, memengaruhi minat kunjung ulang, dan memperkuat dukungan masyarakat lokal. Hal ini sejalan dengan prinsip ekowisata yang menekankan keseimbangan antara manfaat ekonomi, kelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat (Suryanti dan Indrayasa, 2021). Di sisi lain, perkembangan teknologi turut melahirkan tren *smart tourism*, di mana *platform digital*, media sosial, dan aplikasi perjalanan berperan penting dalam pencarian informasi, pemesanan, hingga berbagi pengalaman. Menurut Made et al. (2024) wisatawan milenial dan Gen Z semakin mengutamakan *memorable tourism experience*, yaitu pengalaman wisata yang unik, personal, dan mudah dibagikan melalui media sosial.

Konsep *community-based tourism* menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan kegiatan wisata.

Sementara itu, konsep *green tourism* yang dijelaskan oleh Risfandini (2024) menegaskan pentingnya praktik ramah lingkungan yang mampu meminimalkan kerusakan alam sekaligus melestarikan budaya lokal. Implementasi konsep ini membutuhkan kolaborasi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan wisatawan.

Kotler et al. (2024:152), kepuasan konsumen merupakan kondisi emosional yang muncul setelah individu membandingkan kinerja produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan awal yang dimilikinya. Dalam hal ini kepuasan konsumen digambarkan melalui kepuasan pengunjung yang menjadi indikator penting keberhasilan pengelolaan pariwisata. Kepuasan pengunjung mencerminkan sejauh mana destinasi pariwisata berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung, sehingga menjadi tolok ukur keberhasilan pengelolaannya. Anam (2020) menemukan bahwa citra destinasi, fasilitas, dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung, yang kemudian berdampak pada loyalitas serta potensi kunjungan ulang. Pemahaman mengenai faktor pembentuk kepuasan pengunjung sangat dibutuhkan sebagai dasar dalam menentukan strategi pengelolaan destinasi yang efektif.

Menurut Nasira et al. (2025) keunggulan alam Indonesia membuatnya menjadi salah satu destinasi favorit dunia dan menempati peringkat pertama dalam Global Muslim Travel Index 2019. Menurut Buditiawan dan Harmono (2020) meningkatnya pertumbuhan pariwisata juga memunculkan persaingan antardestinas yang semakin ketat. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata terbesar, baik dari wisata alam, budaya, sejarah, hingga wisata buatan.

Salah satu destinasi unggulan di Jawa Timur adalah Telaga Sarangan, yang berlokasi di kaki Gunung Lawu, Kabupaten Magetan. Telaga ini dikenal karena panorama alam yang indah, udara sejuk, dan suasana pegunungan yang asri. Rakhmawati dan Nizar (2024) menjelaskan bahwa keberadaan Telaga Sarangan memberikan kontribusi ekonomi bagi masyarakat sekitar melalui sektor perdagangan, kuliner, akomodasi, dan jasa wisata. Popularitas Telaga Sarangan bahkan membuatnya dikenal dengan sebutan *The Nice of Java*.

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magetan, jumlah pengunjung Telaga Sarangan pada setiap tahun mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 jumlah pengunjung tercatat 635.680 pengunjung, pada tahun 2021 jumlah pengunjung tercatat 549.522 pengunjung. Pada tahun 2022 jumlah pengunjung tercatat 919.374 pengunjung. Pada tahun 2023 pengunjung tercatat 1.082.696 pengunjung dan pada tahun 2024 tercatat 1.082.696 pengunjung. Jumlah pengunjung Telaga Sarangan mengalami peningkatan pada masa liburan sekolah dan hari besar, sedangkan pada bulan-bulan di luar periode tersebut jumlah pengunjung cenderung menurun. Fenomena fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa minat kunjungan wisatawan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor waktu liburan, tetapi juga berkaitan dengan persepsi pengunjung terhadap harga tiket dan citra destinasi yang dirasakan. Pada periode tertentu, pengunjung bersedia berkunjung meskipun terjadi peningkatan jumlah wisatawan karena persepsi nilai yang sebanding antara harga tiket dengan pengalaman wisata yang diperoleh. Sebaliknya, pada periode non-liburan, persepsi terhadap harga dan citra destinasi dapat memengaruhi tingkat kepuasan dan keputusan berkunjung. Oleh

karena itu, kondisi ini menunjukkan pentingnya pengelolaan harga dan citra destinasi secara konsisten guna menjaga kepuasan pengunjung Telaga Sarangan.



Gambar 1. 1 Infografis Jumlah Pengunjung Wisata Telaga Sarangan

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magetan (2025)

Gambar 1.1 Infografis memperlihatkan data jumlah pengunjung wisata Telaga Sarangan per tahun yang bersumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Magetan. Infografis tersebut menunjukkan adanya fluktuasi jumlah pengunjung setiap tahunnya, yang dapat dipengaruhi oleh faktor musiman maupun persepsi pengunjung terhadap harga tiket dan citra destinasi. Pada periode liburan sekolah dan hari besar, sementara menurun pada bulan-bulan biasa. Kondisi ini menunjukkan bahwa waktu liburan memengaruhi minat berkunjung, yang juga berkaitan dengan persepsi pengunjung terhadap harga tiket dan citra destinasi.

Selain fluktuasi jumlah kunjungan yang dipengaruhi oleh musim liburan, fenomena lain yang menarik di Telaga Sarangan adalah viralnya nota pembayaran warung kopi dengan total mencapai Rp586.000 untuk menu sederhana, yang memicu reaksi negatif di media sosial dan menjadi bahan perdebatan mengenai

kewajaran harga di kawasan wisata (Suara.com, 2026). Kasus ini menunjukkan bahwa persepsi pengunjung terhadap harga tidak selalu sejalan dengan pengalaman yang diterima, sehingga berpotensi memengaruhi citra destinasi dan tingkat kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Fenomena ini relevan untuk diteliti dalam konteks hubungan antara harga, citra destinasi, dan kepuasan pengunjung dalam penelitian ini.

Dalam bauran pemasaran, harga menjadi elemen penting selain produk, distribusi, dan promosi. Timurti dan Nugraha (2020) menegaskan bahwa harga yang adil, fleksibel, dan transparan dapat meningkatkan persepsi nilai wisatawan dan memperkuat loyalitas mereka. Menurut Baiturrahman dan Andrianai (2024) ketika harga sesuai dengan fasilitas dan layanan, maka kepuasan pengunjung meningkat. Citra destinasi juga memiliki peran penting dalam membentuk persepsi wisatawan. Selain keindahan alam, citra dipengaruhi oleh kenyamanan, keamanan, fasilitas, dan pelayanan (Anam, 2020). Menurut Muis et al. (2020) citra positif dapat mendorong loyalitas, minat kunjung ulang, hingga promosi melalui *word of mouth*.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung. Anam (2020) menemukan bahwa harga, fasilitas, dan citra destinasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Parimas Waterpark Mojokerto. Timurti dan Nugraha (2020) juga menjelaskan bahwa harga serta citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan minat kunjungan ulang. Hasil penelitian (Relifra & Wardi, 2022) menemukan hasil berbeda, di mana harga tidak berpengaruh signifikan karena kepuasan lebih dipengaruhi oleh citra destinasi, fasilitas, dan motivasi berwisata.

Perbedaan hasil penelitian mengenai harga terhadap kepuasan pengunjung dapat disebabkan karakteristik destinasi, segmentasi pengunjung, serta konteks penelitian yang digunakan. Pada destinasi dengan daya tarik alam yang kuat dan citra yang sudah terbentuk dengan baik, harga tidak selalu menjadi faktor utama penentu kepuasan, karena pengunjung lebih menenkankan pada pengalaman dan kenyamanan yang diperoleh. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya *research gap* mengenai seberapa besar pengaruh harga dan citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji kedua variabel tersebut pada destinasi wisata Telaga Sarangan yang memiliki karakteristik dan perilaku pengunjung berbeda dari destinasi lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah harga tiket berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Telaga Sarangan Magetan?
- b. Apakah citra destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Telaga Sarangan Magetan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif harga tiket terhadap kepuasan pengunjung Telaga Sarangan Magetan.
- b. Menguji dan menganalisis signifikansi pengaruh positif citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung Telaga Sarangan Magetan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoristis maupun secara praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran pariwisata, khususnya dalam memahami hubungan antara harga, citra destinasi, dan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi empiris bagi penelitian selanjutnya dalam menguji perilaku konsumen pada sektor pariwisata, terutama pada destinasi wisata lokal seperti Telaga Sarangan. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penerapan teori kepuasan konsumen dan citra destinasi dalam konteks pariwisata berkelanjutan, serta menjadi dasar pengembangan model konseptual yang relevan dengan dinamika dan karakteristik wisatawan di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pengelola sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung melalui penyesuaian kebijakan harga tiket dan penguatan citra destinasi yang selaras dengan kualitas fasilitas, kebersihan, kenyamanan, dan pelayanan yang diberikan. Memberi pemahaman pentingnya harga tiket dan citra destinasi menciptakan kepuasan pengunjung. Memberikan pertimbangan dalam menilai tingkat kepuasan pengunjung secara lebih objektif sebagai indikator keberhasilan pengelolaan destinasi wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun gambaran sistematika penulisan lebih rinci dapat dilihat dalam setiap bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian atau kerangka konseptual.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian berisi penjelasan mengenai desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis serta sumber data, metode pengumpulan data, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, dan metode analisis data yang digunakan.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden penelitian, analisis data dan pembahasan dari analisis data.

BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan hasil kesimpulan, keterbatasan, dan saran bagi penelitian yang dilakukan.