

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata memiliki banyak keuntungan untuk negara terutama untuk komunitas lokal, keuntungan ini dapat diamati dalam berbagai bidang termasuk budaya, kualitas lingkungan hidup, ilmu sosial, peluang, dan peluang kerja. Pariwisata merupakan suatu perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain yang bersifat sementara Muljadi (2009). Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang Pariwisata mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan yang didanai dan difasilitasi oleh masyarakat, bisnis, atau pemerintah.

Keindahan pariwisata alam dalam bentuk danau adalah salah satu dari banyak keindahan alam yang ditawarkan Indonesia kepada wisatawan. Danau adalah area air jenuh yang diciptakan oleh proses buatan manusia atau alami di permukaan tanah. Danau menyediakan berbagai tujuan untuk tujuan ekologi dan manusia. Selain itu tujuan destinasi yang kerap didatangi oleh wisatawan ialah danau atau pariwisata air.

Danau di Indonesia memiliki berbagai manfaat dan berbeda dari lokasi ke lokasi. Jawa Timur salah satunya memiliki potensi wisata air yang menakjubkan meskipun menjadi pulau terpadat akan tetapi Jawa mempunyai kawasan alam yang luas nan menarik.

Obyek wisata Ranu Grati merupakan danau satu-satunya di Pasuruan yang dikelilingi oleh 3 desa, yaitu Desa Sumberdawesari, Desa Ranuklindungan, dan juga Desa Gratinon. Letak Wisata Ranu Grati berada disepanjang jalan utama dipantai utara jalan Pasuruan-Probolinggo, dibagian selatan pasuruan. Sementara itu, danau ini merupakan danau vulkanik yang terbentuk oleh ledakan gunung berapi yang memiliki pemandangan yang indah dan memiliki luas sekitar 179 hektar.

Gambar 1
Danau Ranu Grati

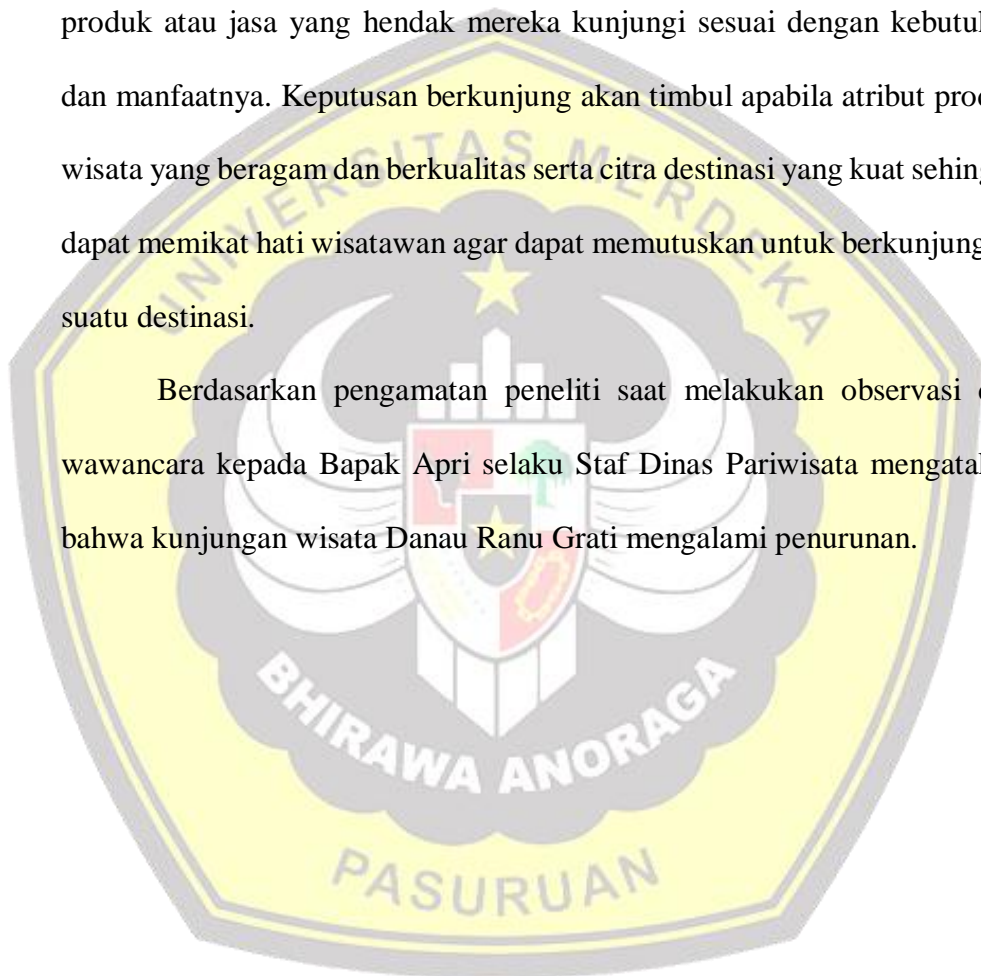


Sumber : *Peneliti tahun, 2024*

Keputusan untuk mengunjungi akan dipengaruhi secara positif oleh potensi pariwisata yang dikelola dengan baik. Membuat keputusan kunjungan melibatkan serangkaian langkah, termasuk menentukan keinginan dan preferensi pelanggan, mengumpulkan informasi, dan mengevaluasi dan membandingkan beberapa pilihan yang tersedia untuk pembelian Kotler & Armstrong (2016:153).

Keputusan berkunjung yang dikehendaki adalah keputusan yang dijangkau oleh seorang ataupun sekelompok dalam melaksanakan sebuah perjalanan dengan tujuan berlibur, mendalami situs-situs historis dan mencari tahu kekhasan disuatu daerah/wisata. pada tahap timbulnya keputusan para pengunjung menyadari ternyata mereka menyenangi sebuah produk atau jasa yang hendak mereka kunjungi sesuai dengan kebutuhan dan manfaatnya. Keputusan berkunjung akan timbul apabila atribut produk wisata yang beragam dan berkualitas serta citra destinasi yang kuat sehingga dapat memikat hati wisatawan agar dapat memutuskan untuk berkunjung ke suatu destinasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti saat melakukan observasi dan wawancara kepada Bapak Apri selaku Staf Dinas Pariwisata mengatakan bahwa kunjungan wisata Danau Ranu Grati mengalami penurunan.



Tabel 1**Data pengunjung Wisata Ranu Grati,2023**

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	250
2	Februari	327
3	Maret	415
4	April	204
5	Mei	302
6	Juni	525
7	Juli	860
8	Agustus	576
9	September	375
10	Oktober	355
11	November	387
12	Desember	206

Sumber : *Peneliti tahun, 2024*

Berdasarkan data jumlah pengunjung Wisata Danau Ranu Grati, tercatat mengalami naik turun setiap bulannya, kenaikan tertinggi pada bulan Juli yang diadakan acara tahunan yaitu Distrikan. jumlah terendah dibulan April karena bersamaan dengan hari Raya Idul Fitri. Wisata Ranu Grati ini sangat indah tetapi potensi itu tidak bisa dioptimalkan untuk mendongkrak kunjungan wisata, setiap harinya wisata danau bisa dihitung jari hanya tampak 5 - 10 orang yang khusus datang berwisata. Kondisi seperti ini perlu di evaluasi agar dapat meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan.

Keputusan berkunjung wisatawan berkaitan juga dengan Atribut Produk Wisata yang merupakan semua layanan yang diterima pengunjung dan dari saat dia meninggalkan rumahnya ke lokasi yang dia pilih dan kembali ke titik di mana dia meninggalkan untuk kembali ke rumah (Suwanto 2007). Terdapat beberapa aspek penting dari atribut produk agar wisatawan melakukan kunjungan yaitu *attractions* atau daya tarik wisata, belasan perahu yang diandalkan jadi wahana air tampak rusak, teronggok dipagar dalam dan hanya satu perahu yang masih beroperasi meladeni 1-2 pengunjung yang ingin merasakan sensasi mengelilingi danau, beberapa spot foto di dermaga rusak dan berdebu. Kemudian ada Aksesibilitas yang mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi, akses jalan ke Danau Ranu Grati sudah cukup bagus.

Selain itu ada *Amenities* (fasilitas) seperti akomodasi, pusat oleh-oleh juga ada fasilitas pendukung lainnya yang ada kaitannya dengan aktivitas wisatawan pada destinasi yaitu toilet, mushola, tempat parkir serta terdapat warung-warung yang menyediakan beraneka makanan, dan minuman. Tetapi ada beberapa fasilitas yang masih dibawah standart yang perlu perbaikan dan perawatan yang serius seperti jembatan kayu yang ada didanau retak, tempat bermain anak-anak dan perahu bebek perlu diperbaiki, lampu-lampu hias juga tidak terawat tinggal tiang berdiri sementara tempat dan bola lampunya hilang, dan kurang tersedianya perlengkapan alat solat.

Produk pariwisata merupakan pengalaman berkesan yang berkaitan langsung dengan wisatawan juga ada kaitannya dengan indra penglihatan dan suara. Wisatawan akan memberikan tanggapan yang berkesan pada suatu tempat atau layanan dengan tersedianya atribut produk wisata yang lengkap yang dapat memberikan kenyamanan untuk wisatawan. Namun pada atribut produk wisata di Danau Ranu Grati masih kurang memadai sehingga akan mempengaruhi citra destinasi dari Wisata Ranu Grati. Citra Destinasi menurut Hanif *et al* (2016) ialah keyakinan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau layanan yang mereka beli.

Oleh karena itu perlu menilik kebutuhan pengunjung dengan memberi kesan positif agar tercipta citra baik dibenak pengunjung. Dengan demikian, citra destinasi dapat memberikan gambaran yang lebih kuat, baik yang mungkin diambil oleh wisatawan. Citra destinasi yang menarik menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh wisatawan ketika memilih ke mana untuk pergi, dan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pengunjung dan bahkan merancang pengalaman yang efisien yang akan membuat mereka merasa puas ketika keinginan mereka terpenuhi.

Pernyataan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Sukrin *et al* (2022) Destinasi citra memiliki pengaruh dalam menentukan kunjungan wisata. Menurut penelitian dari Nisa *et al* (2023) mengemukakan atribut produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rafika & Nugroho

(2021) mengemukakan bahwa atribut produk dan citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk Wisata Dan Citra Desitinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah atribut produk wisata dan citra destinasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan ?
2. Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Gati Kabupaten Pasuruan ?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh atribut produk wisata dan citra destinasi secara simultas terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan.
2. Mengetahui pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan.
3. Mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung pada Wisata Danau Ranu Grati Kabupaten Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat memperluas wawasan bagi penulis, dan bisa menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa kuliah dengan terjun langsung dilapangan serta dapat menggali tambahan pengetahuan mengenai suatu hal yang terkait dengan bidang pemasaran.

2. Bagi Akademik

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah koleksi karya ilmiah berupa buku skripsi bagi pihak akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai atribut produk dan juga citra destinasi, dimana peran masyarakat sangat diperlukan agar terciptanya suatu citra yang melekat yang baik dibenak masyarakat.

4. Bagi Pengelola

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bermanfaat bagi pihak dinas pariwisata khususnya pengelola wisata ranu grati bisa diterapkan sebagai bahan masukan dalam mengoptimalkan potensi sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Obyek Wisata Ranu Grati.