

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan banyak tempat wisata, dan berupaya untuk menciptakan tempat wisata yang lebih baik agar dapat menarik lebih banyak pengunjung.¹ Salah satu pilar pemerintah Indonesia yang membantu meningkatkan devisa negara adalah pariwisata.² Dalam upaya untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan, sektor pariwisata Indonesia dikembangkan secara pesat saat ini.³ Industri pariwisata tumbuh secara positif dan memberikan manfaat bagi banyak orang. Sektor pariwisata berkembang dengan baik dan membantu banyak individu di sektor publik, swasta, dan nirlaba.⁴ Hal ini disebabkan karena pemerintah dan masyarakat sekitar destinasi wisata populer memandang bisnis pariwisata sebagai sumber daya yang dapat diolah sebagai aset.⁵ Oleh karena itu, sejumlah daerah bercita-cita untuk mengembangkan sektor pariwisatanya. Selain menikmati dan mengagumi keindahan tempat wisata yang sudah ada, pariwisata memungkinkan kita memahami budaya, tradisi, dan cara hidup bangsa dan suku lain. Tujuan pariwisata saat ini lebih dari sekedar kegiatan sederhana. Sederhana melepas penat atau piknik, namun juga harus mampu mewadahi

¹ Aprilya Fitriani and Amelia Savira, "Strategi Pengembangan Potensi Wisata Desa Bone-Bone Kabupaten Enrekang Provinsi Sulawesi Selatan," *Jurnal Al-Hikmah* 18, no. 2 (2020): 135–50, <https://doi.org/10.35719/alhikmah.v18i2.30>.

² Yofina Mulyati and Miko Afrinata, "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)," *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI Dan MANAJEMEN BISNIS* 6, no. 2 (2018): 191–200, <https://doi.org/10.30871/jaemb.v6i2.1014>.

³ Riska Aprilia Mokoginta, R.J. Poluan, and Ricky M.S Lakat, "Pengembangan Kawasan Wisata Bahari (Studi : Kecamatan Nuangan Kabupaten Bolaang Mongondow Timur)," *Spasial* 7, no. 3 (2020): 325–34.

⁴ Femy Nadia Rahma and Herniwati Retno Handayani, "Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus," *Diponegoro Journal Of Economics* 2, no. 2 (2013): 1–9.

⁵ Siti Lestari, Ima Kristina Yulita, and T Handono Eko Prabowo, "Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang (Studi Kasus Wisatawan Pantai Klayar Pacitan)," *EXERO : Journal of Research in Business and Economics* 5, no. 1 (2022): 1–35, <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5037>.

aktivitas lain seperti hiburan, interaksi sosial, acara adat, rekreasi aktif dan pasif, dan lain sebagainya.⁶

Pengembangan industri pariwisata di Indonesia merupakan salah satu upaya untuk memperluas perekonomian karena berpotensi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional.⁷ Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, keberadaan lokasi wisata di dekatnya akan meningkatkan perekonomian lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, dan menumbuhkan kecintaan yang lebih besar terhadap lingkungan dengan melindungi lingkungan dan budaya setempat, sejalan dengan UU diatas, hal tersebut merupakan upaya Indonesia mengembangkan industry pariwisatanya.⁸ Kementerian Pariwisata Indonesia telah menciptakan *brand identity* pariwisata bernama Pesona Indonesia atau sering disebut dengan *Wonderful Indonesia* sebagai bagian dari upaya pengembangannya.⁹ Melalui *brand identity* Pesona Indonesia pariwisata Indonesia berupaya membangun identitas nasional yang dapat dikenali.¹⁰ Keindahan alam dan keanekaragaman budaya Indonesia, serta fasilitas wisata menarik lainnya yang menjadi daya tarik wisata utamanya.¹¹ Sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk menikmati wisata yang ada di Indonesia.¹²

Sebagai destinasi wisata yang cukup populer di Indonesia, Provinsi Jawa Tengah menjadi rumah bagi sejumlah tempat wisata kelas dunia, antara lain Candi Borobudur, Candi Prambanan, Dataran

⁶ Hengky Arga Pradipta, "Landasan Program Perencanaan Dan Perancangan Arsitektur (Lp3a) Kawasan Wisata Pantai Kartini Jepara" (Universitas Diponegoro Semarang, 2011): 37.

⁷ Merrie Cristie Natalia, "Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Malang Raya," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, no. 6 (2018): 2.

⁸ Jaenudin. Muh. Taufiq, "Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Melalui Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Mamuju," *Jurnal Ilmu Pemerintahan* 12, no. 2 (2019): 67–71.

⁹ denny prawibowo and oktaviana purnamasari, "Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Branding Wonderful Indonesia Melalui Media Sosial," *Jurnal Persektif Komunikas* 1, no. 3 (2018).

¹⁰ Muhammad Arief Satrio, "Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Pariwisata Mandalika Melalui Kerangka Branding ' Wonderful Indonesia '" 6, no. 1 (2021): 65–85.

¹¹ Bulan Mayana Chandra; Restanti and Gredi Gradana Sembada, "Identitas Visual Pariwisata Kabupaten Tegal," *eProceedings of Art & Design* 3, no. 3 (2016): 665–67.

¹² Sabila Almas Andina and Istijabatul Aliyah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur," *Jurnal Cakra Wisata* 22, no. 3 (2021): 27–38.

Tinggi Dieng, dan Banyak lagi. Selain pariwisata, karya seni unggulan juga dapat ditemukan di Jawa Tengah dengan keindahan alam dan kekayaan budayanya, antara lain pedalangan, ukiran batu, keramik, batik, kuningan, dan ukiran Jepara. Dengan slogan *More Than Friendly*, inisiatif *Visit Jawa Tengah* diluncurkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Tengah pada tahun 2013 dengan tujuan untuk mendongkrak perjalanan ke Jawa Tengah secara nasional dan juga untuk meningkatkan aktivitas ekonomi, interaksi sosial, dan ekspresi seni serta budaya.¹³

Kaya akan sumber daya alam, Kabupaten Jepara terbentang di wilayah dataran tinggi dan dataran rendah. Wisata alam, rekreasi, budaya, religi, Sejarah, dan kuliner termasuk dalam industry pariwisata di Kawasan Jepara.¹⁴ Kawasan Jepara memiliki sejumlah tempat wisata populer, seperti Pantai Kartini Jepara, Bandengan, karimun Jawa dan lain-lain. Jepara memang di kenal memiliki banyak pantai yang indah dan menawan. Industri pariwisata menciptakan lapangan kerja dan menciptakan ruang bagi perekonomian lainnya. Tentu saja dampak pariwisata mendorong pemerintah daerah berperan aktif dalam mengembangkan industri pariwisata.

Dalam meningkatkan kunjungan pariwisata tentunya ada hal – hal yang perlu dibenahi atau di tingkatkan diantaranya yaitu pengaruh citra destinasi, fasilitas dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisata yang ada di Jepara. Terbukti dengan data pengunjung periode 2018-2020 yang ada di tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Pengunjung Periode 2018-2020

Objek Wisata	2018		2019		2020	
	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus
Pantai Bandengan	5.149	274.855	5.234	283.410	-	17.249
Pantai Kartini	4.274	156.369	4.299	199.606	-	29.810
Pantai	20	53.901	99	83.787	-	13.967

¹³ Restanti and Sembada, “Identitas Visual Pariwisata Kabupaten Tegal.”.

¹⁴ Admesia Iyangjaya Peringatan, Reni Windiani, and Sulistyowati, “Strategi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Jepara,” *Journal of Politic and Government Studies* 2, no. 4 (2013): 116–25.

Blebak						
Pantai Teluk Awur	1.308	137.997	1.727	174.742	-	43.606
Pantai Pailus	7	23.919	42	30.281	-	2.255
Pantai Empu Rancak	131	48.350	246	65.217	-	13.038
Pantai Pungkruk	-	16.434	3	21.580	-	2.531
Pantai Bondo	347	117.002	550	160.255	-	34.060

Sumber : Dinas Pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Jepara 2023

Mengacu data diatas jumlah pengunjung fluktuatif selama periode 2019 sampai 2020. Tetapi jumlah pengunjung pada tahun 2020 menurun dikarenakan imbas Covid-19. Wisata Pantai Bandengan menjadi obyek wisata yang paling banyak dikunjungi dibandingkan pantai lainnya. Hal tersebut pastinya dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya yaitu Citra Destinasi, Fasilitas dan Persepsi Harga. Permasalahan yang sering dialami wisatawan saat berkunjung ke Pariwisata Jepara sangat beraneka ragam.

Citra destinasi yakni persepsi umum wisatawan mengenai suatu daerah atau objek wisata.¹⁵ Citra positif dapat meningkatkan minat berkunjung wisatawan, sedangkan citra negatif dapat menghambat pertumbuhan pariwisata.¹⁶ Kabupaten Jepara memiliki citra positif sebagai destinasi wisata pantai dengan keindahan alamnya yang menakjubkan dan warisan budaya yang kaya. Namun, citra positif ini perlu dipelihara dan ditingkatkan untuk terus menarik minat wisatawan. Persepsi positif wisatawan terhadap keamanan, kebersihan, dan daya tarik pantai-pantai di Jepara akan berdampak positif pada minat mereka untuk berkunjung. Seperti contohnya di

¹⁵ Dicky Andrew Sitanggang, Sunarti Sunarti, and Edriana Pangestuti, "Pengaruh Citra Destinasi , Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Niat Berperilaku Wisatawan," *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2020, 61–77.

¹⁶ Novita Eka Indriyani and Yessy Artanti, "Peran Citra Destinasi, E-Wom, Dan Travel Constraints Pada Niat Berkunjung Wisata Pantai Di Kota Surabaya, Jawa Timur," *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11, no. 2 (2020): 260–81, <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.04>.

Pantai Kartini terdapat patung Kura – Kura yang besar sehingga dapat menambah daya tarik pengunjung dan menjadikan citra Pantai Kartini lebih bagus dibandingkan pantai lainnya, selain itu contoh lainnya yaitu pantai bandengan yang memiliki hutan bakau yang rindang sehingga dapat menciptakan suasana yang tenang dan relaks. Terdapat *research gap* terkait dengan pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan, hal tersebut didukung temuan peneliti pada penelitian sebelumnya oleh Chintya¹⁷ serta Susanto.¹⁸ Namun, berbeda halnya pada penelitian Isman menunjukkan hal sebaliknya.¹⁹

Fasilitas juga merupakan hal yang begitu penting, dengan fasilitas yang memadai maka para pengunjung akan merasa nyaman.²⁰ Fasilitas yang tersedia di objek wisata pantai juga memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan.²¹ Wisatawan modern memiliki harapan akan kenyamanan dan fasilitas yang memadai saat berkunjung ke objek wisata. Fasilitas dalam Islam dapat berupa fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana dan prasarana lainnya, yang membuat nasabah merasa nyaman namun tidak menonjolkan kemewahan²². Kabupaten Jepara perlu memastikan bahwa fasilitas di objek wisata pantai mereka memenuhi standar yang diharapkan oleh wisatawan. Ketersediaan fasilitas seperti penginapan, restoran, toilet, tempat parkir, serta sarana

¹⁷ Chintya Ones Charli and Della Asmaria Putri, “Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung,” *Jurnal Ekobistek*, July 27, 2021, 40–48, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>.

¹⁸ Budi Susanto and Nursamsu Nursamsu, “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Di Desa Wisata Selo Park Nganjuk,” *Jurnal Riset Entrepreneurship* 3, no. 1 (February 29, 2020): 20, <https://doi.org/10.30587/jre.v3i1.1284>.

¹⁹ Isman, Ryan Gerry Patalo, and Dimas Eka Pratama, “Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata,” *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 7, no. 1 (July 1, 2020): Inpress, <https://doi.org/10.211107/jsmb.v7i1.7447>.

²⁰ Cicilia Iswidyamarsha and Yudhiet Fajar Dewantara, “Pengaruh Fasilitas Wisata Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Di Dunia Air Tawar Dan Dunia Serangga Tmii,” *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata* 3, no. 2 (2020): 72–80, <https://doi.org/10.32528/sw.v3i2.3849>.

²¹ M Mahmud Hijazy et al., “Analisis Faktor Dalam Pengaruh Kunjungan Wisata Pantai Indah Bosowa,” *Prosiding Simposium Nasional IX Kelautan Dan Perikanan*, 2022, 203–12.

²² Neni Suryani and Heru Kurniawan, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai,” *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2023): 57.

rekreasi dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi pantai-pantai di Kabupaten Jepara.

Pantai di Jepara masih terdapat banyak fasilitas yang kurang memadai. Setiap tempat wisata terutama pantai tentunya harus tetap menjaga kebersihan lingkungannya agar para wisatawan nyaman saat berkunjung. Tetapi tidak semua pantai memiliki tempat sampah yang memadai. Seperti di Pantai Pungkruk masih banyak kekurangan tempat sampah, akibatnya banyak sampah berserakan. Tempat parkir juga menjadi salah satu permasalahan, di Pantai Bondo memiliki parkir yang kurang luas dibandingkan dengan Pantai Bandengan dan Pantai Kartini yang memiliki tempat parkir yang cukup luas. Pada Pantai Kartini terdapat taman bermain anak-anak, namun fasilitas tersebut tidak ada dipantai lainnya di Jepara. Fasilitas yang cukup menarik lainnya yaitu di Pantai Bondo, di pantai ini terdapat penyewaan kapal kano sehingga para wisatawan lainnya dapat berkeliling melihat pemandangan sekitar pantai. Mengenai pengaruh fasilitas terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung, terdapat kekosongan penelitian. Menurut penelitian Nurbaeti²³ dan Mohamad²⁴, kemampuan suatu fasilitas dalam menarik wisatawan mempunyai pengaruh yang besar. Namun, berbeda halnya pada penelitian Pratiwiningtyas²⁵ dan Dwi²⁶ menunjukkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan.

Hambatan lainnya yaitu terletak pada persepsi harga, harga yang berbeda-beda pada setiap tempat wisata tentunya dapat mempengaruhi minat pengunjung. Terlebih jika harga yang diberikan terlalu tinggi. Harga tiket masuk, harga makanan dan minuman, serta biaya akomodasi dapat memengaruhi keputusan wisatawan. Jepara sebagai destinasi wisata perlu menawarkan harga

²³ Nurbaeti Nurbaeti et al., “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 10, no. 2 (August 14, 2021): 269, <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v10i2.33456>.

²⁴ Mohamad Rizal Nur Irawan, Levia Inggrit Sayekti, and Ratna Ekasari, “Pengaruh Fasilitas Wisata, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Pada Wisata Wego Lamongan,” *Ecopreneur.12* 4, no. 2 (October 13, 2021): 122, <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1008>.

²⁵ Lavenia Pratiwiningtyas and Dian Citaningtyas Ari Kadi, “Pengaruh Sadar Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Ekuitas Merek Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus pada Rumah Coklat Bodag),” *Tirtayasa Ekonomika* 18, no. 2 (2023): 86–100.

²⁶ Dwi Lestyaningsih and Anung Pramudyo, “Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta,” *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 10, no. 2 (September 30, 2023): 167, <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>.

yang bersaing agar tetap menarik bagi wisatawan, sementara tetap dapat menjaga kualitas pelayanan. Persepsi harga yang positif akan membuat wisatawan yakin bahwa mereka menerima nilai terbaik dari uang yang mereka keluarkan, mereka cenderung akan kembali lagi dan mempromosikan tempat tersebut pada orang lain. Seperti contohnya di Pantai Jepara, makanan di sana di jual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan pantai lainnya terutama Pantai Teluk Awur yang menjual makanan sesuai dengan harga pasarnya. Untuk harga tiket juga pada Pantai Kartini dan Pantai Bondo menjual tiket lebih mahal yaitu Rp. 10.000,- untuk weekend dibandingkan Pantai Teluk Awur yaitu Rp. 3.000,-. Selain itu, untuk pantai – pantai lainnya seperti Pantai Pungkruk dan Pantai Pailus tidak dipungut biaya masuk saat hari biasa, pantai ini biasanya mentarif wisatawan hanya pada saat hari libur nasional atau hari besar lainnya.

Islam sangat konsen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran Negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidakstabilan harga. Para ulama berbeda pendapat mengenai boleh tidaknya Negara menetapkan harga. Sebagian ulama menolak peran Negara untuk menetapkan harga, sebagian ulama lain membenarkan Negara untuk menetapkan harga. Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah SAW ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (muhtasib). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah SAW menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa‘i)²⁷. Dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut:

عَنْ أَنَسٍ قَالَ: غَلَا السُّعْرُ عَلَيَّ عَهْدَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَقَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ، سَعَّرَ لَنَا، فَقَالَ «إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ، الْقَابِضُ، الْبَاسِطُ، الرَّزَّاقُ، وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ»: هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ⁵

Artinya:

“Manusia berkata saat itu, „Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami“. Rasulullah SAW bersabda: „Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku

²⁷ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014): 201-204.

mengharapkan dapat menemui Tuhanku Diana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.”

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual. Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain, mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khattab²⁸.

Terdapat *research gap* terkait dengan pengaruh persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan. Pada penelitian Aliffudy, kesan harga berpengaruh besar terhadap keinginan wisatawan untuk berwisata.²⁹ Namun, berbeda halnya pada temuan Kusumawati, kesan harga tidak berpengaruh besar terhadap keinginan wisatawan untuk berwisata.³⁰

Variabel citra destinasi dan kepercayaan wisatawan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung, sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raihan Wishal Nafis dengan judul “Pengaruh Citra Destinasi dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Di Pantai Balekambang Malang Daerah)”.³¹

²⁸ Lukman Hakim, *Prinsip - Prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta: Erlangga, 2012): 169-170.

²⁹ Virza Aliffudy, “Pengaruh Persepsi Nilai, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pada Jawa Timur Park 3 Kota Wisata Batu).” 8, No. 12 (2019).” *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 8, no. 12 (2019): 270–78.

³⁰ Kusumawati Evi and Mochamad Saleh, “Tourist Attraction and Prices on Interest in Visiting with Media Promotions at Ubalan Waterpark Mojokerto,” *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi* 4, no. 1 (April 3, 2023): 38–49, <https://doi.org/10.52300/jmsso.v4i1.8682>.

³¹ Raihan Nafis, “Pengaruh Citra Destinasi Dan Kepercayaan Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Pantai

Penelitian “Pengaruh Social Media Marketing, Brand Equity, dan Destination Image Terhadap Minat Mengunjungi Tempat Wisata” yang dilakukan oleh Isman dkk. mengklaim bahwa meskipun citra destinasi tidak memiliki pengaruh yang nyata terhadap minat berkunjung, variabel pemasaran media sosial dan ekuitas merek memiliki pengaruh yang nyata.³² Menurut penelitian Dwika Andreani, dkk yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Wisata, Sosial Media dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung”, pada variabel daya tarik wisata, sosial media dan persepsi harga berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.³³

“Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Lhokseumawe” oleh Nurmala dkk. mengkaji bagaimana gabungan faktor-faktor tersebut mempengaruhi kebahagiaan wisatawan terhadap wisata Pantai Ujong Lhokseumawe.³⁴ Menurut Penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus pada Camp Kobes)” yang dibuat oleh Jane Jovita Halim bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan pada kepuasan pengunjung sedangkan variabel fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.³⁵

Melihat faktor-faktor tersebut di atas, besar kemungkinan pantai-pantai di Jepara akan mengalami peningkatan pengunjung sehingga akan mempengaruhi kecenderungan wisatawan untuk

Balekambang, Kabupaten Malang),” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2020): 40–45.

³² Isman Isman, Ryan Gerry Patalo, and Dimas Eka Pratama, “Pengaruh Sosial Media Marketing, Ekuitas Merek, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata,” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 7, no. 1 (2020): Inpress, <https://doi.org/10.21107/jsmb.v7i1.7447>.

³³ Dwika Andreani, Meylani Tuti, “Pengaruh Daya Tarik Wisata , Sosial Media Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Program Studi Manajemen S1 , STIE Pariwisata Internasional Program Studi Manajemen S1 , STIE Pariwisata Internasional * Corresponding Email : Meylanituti@stein.Ac.Id Pendahuluan Tinjauan Teori Daya Tarik Wisata” 7, no. 1 (2022): 1–12.

³⁴ Nurmala Nurmala, Sullaida Sullaida, and Damanhur Damanhur, “Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe,” *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 23, no. 2 (2022): 73–78, <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v23i2.861>.

³⁵ Jane Jovita Halim, “Pengaruh Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung (Study Kasus Pada Camp Kobes),” *Keizai* 4, no. 1 (2023): 44, <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.306>.

mengunjungi objek wisata tersebut. Keinginan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Pantai Jepara konon dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain lokasi, fasilitas, dan harga. Permasalahan tersebut diangkat oleh peneliti dalam tesis berjudul “Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Pantai di Kabupaten Jepara” yang didasarkan pada uraian di atas..

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka didapatkan rumusan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di Kabupaten Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara.
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara.
3. Untuk mengetahui persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke objek wisata pantai di kabupaten jepara.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi lebih kepada pembaca mengenai citra destinasi, fasilitas, dan harga yang mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berwisata ke Pantai di kabupaten jepara.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Objek Wisata

Tujuan dari penelitian ini yakni memberikan *early warning system* kepada perusahaan sebelum menghadapi kebangkrutan atau likuidasi.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini menjadi referensi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan pembahasan dari penelitian ini, serta memudahkan pembaca dalam membaca penelitian ini. Adapun sistematikanya sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Berisikan halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar tabel.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdiri dari garis besar penelitian yang terdapat lima bab didalamnya, antara lain:

Bab I : Pendahuluan

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Landasan Teori

Terdiri dari landasan teori yang meliputi minat berkunjung, citra destinasi, fasilitas, persepsi harga, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Terdisi dari hasil penelitian yaitu gambaran objek penelitian, analisis data, dan pembahasan

Bab V : Penutup

Terdiri dari kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yang digunakan sebagai bahan rujukan dalam penelitian dan lampiran-lampiran.