

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu provinsi yang merepresentasikan karakter maritim Indonesia adalah Provinsi Kepulauan Riau (Kepri). Provinsi ini terdiri dari ribuan pulau besar dan kecil yang tersebar di wilayah barat Indonesia serta berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia. Kepri memiliki posisi strategis sebagai gerbang wisata bahari internasional yang kaya akan destinasi pantai, pulau kecil, serta wisata budaya pesisir. Kota Tanjungpinang, sebagai ibu kota provinsi, berperan penting dalam pengelolaan potensi tersebut melalui pengembangan destinasi wisata yang beragam, mulai dari wisata sejarah dan budaya melayu hingga wisata bahari yang mengandalkan panorama laut dan aktivitas masyarakat nelayan.

Sektor pariwisata bahari di Tanjungpinang menunjukkan perkembangan yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Tanjungpinang 2024, jumlah wisatawan domestik dan mancanegara mengalami peningkatan yang signifikan pasca-pandemi COVID-19. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah daerah dalam memperkuat konektivitas antarpulau dan memperluas promosi destinasi wisata Hariyanto,(2024) Tren serupa juga terlihat pada data BPS Provinsi Kepulauan Riau (2025) yang menunjukkan pertumbuhan kunjungan wisatawan bahari diberbagai kawasan, termasuk Tanjungpinang dan Bintan. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa sektor pariwisata bahari masih menjadi daya tarik utama di wilayah Kepulauan Riau

Vitara, (2025) Namun demikian, peningkatan jumlah wisatawan belum merata diseluruh destinasi. Beberapa objek wisata bahari, salah satunya Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang, masih mengalami fluktuasi tingkat kunjungan selama periode setahun.

Pada bulan Oktober 2025, peneliti melakukan pra-survei di loket Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang yang berlokasi di Pelantar II. Kegiatan pra-survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai proses pelayanan transportasi keberangkatan menuju Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang. Dalam pelaksanaannya, peneliti melakukan wawancara dengan petugas administrasi yang bertanggung jawab terhadap proses registrasi *check-in* dan *check-out* penumpang. Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas administrasi, yaitu Ibu Yanti, diperoleh informasi bahwa proses *check-in* dan *check-out* keberangkatan dilaksanakan dalam tiga jadwal waktu yang berbeda, yaitu:

Tabel 1.1
Estimasi Keberangkatan Kapal

Keberangkatan Pelantar II	Tujuan Kelong Pancing Madu Tiga
13.00	08.00
15.00	10.00
17.00	12.00

Sumber: Loket Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang (2025)

Selain itu, berdasarkan hasil wawancara, Ibu Yanti menyampaikan bahwa tingkat perhatian dan minat masyarakat untuk berkunjung ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang masih belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa destinasi wisata ini belum sepenuhnya mampu menarik perhatian masyarakat secara luas. Berdasarkan pengamatan awal di lapangan, jumlah kunjungan wisatawan ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang juga belum menunjukkan pola yang stabil. Pada periode tertentu, khususnya saat hari-hari besar keagamaan seperti hari

raya idul fitri dan hari raya natal, jumlah wisatawan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun, pada periode lainnya jumlah kunjungan wisatawan cenderung menurun, bahkan terkadang sangat sedikit. Kondisi tersebut menunjukkan adanya fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan yang mengindikasikan bahwa tingkat kunjungan ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang masih belum konsisten dan belum mampu dipertahankan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut. Adapun data jumlah kunjungan wisatawan ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang pada tahun 2025 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan

No	Bulan	Tamu Lokal		Tamu Asing		Jumlah
		Dewasa	Anak-Anak	Dewasa	Anak-Anak	
1	Januari	124	86	32	25	267
2	Februari	524	380	130	110	1144
3	Maret	460	359	62	42	923
4	April	624	473	36	36	1169
5	Mei	338	249	16	16	619
6	Juni	579	438	78	71	1166
7	Juli	340	291	90	75	796
8	Agustus	456	358	20	18	852
9	September	428	350	46	39	863
10	Oktober	385	283	14	7	689
11	November	442	323	24	24	813

No	Bulan	Tamu Lokal		Tamu Asing		Jumlah
		Dewasa	Anak-Anak	Dewasa	Anak-Anak	
12	Desember	852	589	158	118	1717
TOTAL		5552	4179	706	581	11018

Sumber data: Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang (2025)

Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan, terjadi peningkatan jumlah pengunjung pada bulan April 2025, yaitu sebanyak 1.169 pengunjung. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan dengan bulan maret 2025 yang tercatat sebanyak 923 pengunjung. Peningkatan jumlah kunjungan pada bulan april bertepatan dengan perayaan hari raya idulfitri yang merupakan salah satu momen libur keagamaan dengan tingkat mobilitas masyarakat yang relatif tinggi. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan juga terjadi pada bulan desember 2025. Pada bulan tersebut, jumlah pengunjung mencapai 1.717 orang, meningkat dibandingkan dengan bulan november 2025 yang berjumlah 813. Kenaikan jumlah kunjungan pada bulan desember bertepatan dengan periode libur akhir tahun dan perayaan hari raya natal yang umumnya dimanfaatkan masyarakat untuk melakukan kegiatan rekreasi dan wisata. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang cenderung mengalami peningkatan pada periode-periode tertentu, khususnya pada saat hari besar keagamaan dan musim liburan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kunjungan wisatawan masih dipengaruhi oleh faktor musiman, sehingga belum menunjukkan pola kunjungan yang stabil sepanjang tahun.

Minat berkunjung menjadi elemen krusial dalam menganalisis bagaimana wisatawan bersikap dan mengambil keputusan terhadap suatu destinasi. Di tengah

persaingan antar destinasi yang semakin intens, minat berkunjung tidak hanya ditentukan oleh aspek fisik semata, tetapi juga oleh kemampuan destinasi menciptakan kesan positif melalui kegiatan promosi, pembentukan citra destinasi, serta informasi yang diterima calon wisatawan. Ketika wisatawan mulai menunjukkan rasa ingin tahu, mencari berbagai referensi, dan menempatkan suatu destinasi sebagai pilihan potensial, kondisi tersebut menandakan bahwa minat berkunjung telah muncul. Sejalan dengan penelitian oleh Amanda, (2024) Minat berkunjung merupakan kecenderungan atau keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata yang dipengaruhi oleh persepsi dan penilaian mereka terhadap destinasi tersebut. Semakin positif citra yang dimiliki suatu destinasi, maka semakin tinggi pula minat wisatawan untuk berkunjung.

Hasil pra survei yang dilakukan peneliti terhadap 33 responden, diperoleh bahwa wisatawan memiliki minat berkunjung karena ada ketertarikan akan promosi yang ditawarkan, sekitar 33,3% memilih setuju dengan hal itu. maka pentingnya promosi dalam wisata mikro bahari seperti Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.

Selain Promosi, *electronic word of mouth* juga berperan besar dalam membentuk keputusan wisatawan. *electronic word of mouth*, baik yang disampaikan secara langsung maupun melalui media digital (*electronic word of mouth*), dapat membangun kepercayaan dan memperkuat persepsi positif terhadap suatu destinasi. Penelitian oleh Juniarto *et al* (2025) membuktikan bahwa *electronic word of mouth* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan karena informasi yang disampaikan oleh pengguna lain dianggap lebih

kredibel daripada promosi komersial. Oleh sebab itu, pengelolaan ulasan positif di media sosial dan pengalaman wisatawan menjadi kunci peningkatan daya tarik destinasi seperti Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang. Pada kenyataan ulasan yang ada belum optimal untuk menyakinkan wisatawan yang berminat atau sekedar mencari informasi melalui ulasan yang tersedia. Beberapa ulasan menyakinkan citra yang positif namun ada beberapa berupa kritik dan saran.

Hasil pra survei *electronic word of mouth* yang disertai video maupun photo dalam ulasan media sosial membuat minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang, diperoleh 36,4% setuju dari 33 responden yang mengisi kuesioner, hal ini yang menggambarkan pentingnya sebuah *electronic word of mouth* dalam Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.

Selanjutnya, citra destinasi (*destination image*) menjadi faktor psikologis yang berperan dalam membentuk persepsi dan emosi wisatawan terhadap suatu objek wisata. Citra yang positif mencakup dimensi kognitif dan afektif, yaitu kesan terhadap keindahan alam, keamanan, kebersihan, serta keramahan masyarakat lokal. Menurut Amanda, (2024), citra destinasi yang baik dapat meningkatkan rasa percaya, membentuk loyalitas, serta mendorong niat kunjungan ulang wisatawan. Dengan demikian, pembentukan citra positif melalui pengalaman langsung dan promosi visual yang menarik sangat penting bagi peningkatan kunjungan wisata ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang. Ketiga faktor tersebut Promosi, *electronic word of mouth*, dan citra destinasi diduga memiliki hubungan simultan dalam memengaruhi minat berkunjung wisatawan.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan literatur mengenai perilaku wisatawan pada konteks wisata bahari mikro di wilayah Kepulauan Riau. Penelitian ini memiliki urgensi praktis dan akademis. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata dalam merumuskan strategi peningkatan daya tarik wisata melalui perbaikan promosi, penguatan *electronic word of mouth*, serta pembentukan citra destinasi yang positif. Dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pariwisata, khususnya dalam konteks perilaku wisatawan pada destinasi bahari lokal.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada **Pengaruh Promosi, *Electronic Word Of Mouth*, Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Di Kota Tanjungpinang.** Melalui hasil penelitian ini, diharapkan diperoleh temuan empiris yang dapat menjadi rujukan dalam pengembangan strategi pariwisata bahari berkelanjutan di Kepulauan Riau serta memperkuat citra Indonesia sebagai negara maritim yang berdaya saing di sektor pariwisata global.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan terkait latar belakang yang telah dijelaskan, dapat diidentifikasi beberapa temuan yang terjadi pada Kelong Pancing Madu Tiga di Kota Tanjungpinang, yaitu sebagai berikut:

1. Belum optimalnya tingkat kunjungan wisatawan ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang meskipun destinasi ini memiliki potensi daya tarik bahari dan fasilitas yang lengkap.

2. Promosi terlihat dari masih terbatasnya pemanfaatan media digital, minimnya kegiatan promosi yang dilakukan secara berkala, serta belum banyaknya kegiatan event atau kerja sama promosi yang dapat meningkatkan eksposur destinasi.
3. *Electronic word of mouth* belum dimanfaatkan secara maksimal. Informasi dan ulasan dari pengunjung di media sosial belum tersebar luas, sehingga potensi daya tarik Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang belum dikenal secara optimal oleh calon wisatawan.
4. Citra destinasi (*destination image*) yang dimiliki Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang belum sepenuhnya terbentuk kuat di benak wisatawan. Persepsi terhadap keunikan, kebersihan, keamanan, dan daya tarik alam perlu diperkuat agar mampu menumbuhkan rasa percaya dan ketertarikan

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari fokus utama, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada destinasi wisata Kelong Pancing Madu Tiga yang berlokasi di Kota Tanjungpinang, Provinsi Kepulauan Riau, sebagai objek penelitian.
2. Subjek penelitian adalah wisatawan yang memiliki minat untuk berkunjung ke Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.
3. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi Promosi, *electronic word of mouth*, citra destinasi (X) sebagai variabel independen dan minat berkunjung (Y) sebagai variabel dependen.

4. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang?
2. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang?
4. Apakah promosi, *electronic word of mouth* dan citra destinasi berpengaruh pada minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban sasaran yang ingin dicapai Penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui citra destinasi berpengaruh terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.

4. Untuk mengetahui promosi, *electronic word of mouth* dan citra destinasi berpengaruh pada minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang Penulis lakukan ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola wisata dalam meningkatkan jumlah pengunjung dan menjadi masukan untuk pembaharuan yang lebih baik.

2. Bagi Universitas Maritim Raja Ali Haji

Penelitian ini diharapkan memperkaya hasil penelitian berkaitan dengan promosi, *electronic word of mouth*, citra destinasi dan minat berkunjung terkhusus untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada bidang serupa. Bagi penulis sendiri, penelitian ini merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program studi yang ditempuh. Penelitian ini juga menambah wawasan penulis terkait promosi, *electronic word of mouth* dan citra destinasi terhadap minat berkunjung pada Wisata Kelong Pancing Madu Tiga Tanjungpinang.

4. Bagi Khalayak Umum

Bagi khalayak umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pengelolaan dan pelestarian wisata bahari secara berkelanjutan. masyarakat diharapkan dapat berpartisipasi aktif dalam menjaga kebersihan lingkungan pesisir, mendukung kegiatan wisata lokal, serta berperan sebagai duta wisata dalam menyebarkan informasi positif mengenai destinasi daerahnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat akademis, tetapi juga mendorong keterlibatan sosial dan ekonomi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

1.7 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur agar pembaca lebih mudah memahami isi penelitian sebagai berikut:

BAB I

:PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang penjelasan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II

:TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menguraikan tentang penjelasan teori dari masing-masing variabel penelitian beserta indikator, kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, pengembangan hipotesis, dan hipotesis penelitian yang memberikan beberapa gambaran yang akan diteliti.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian menguraikan tentang variabel-variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, dilanjutkan dengan populasi dan penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menguraikan tentang data penelitian, hasil penelitian serta pembahasan atas hasil penelitian data tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari hasil analisa bab-bab sebelumnya.