

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Bintan merupakan salah satu kabupaten yang ada di Kepulauan Riau yang kaya akan kekayaan alam yang melimpah, terutama pada sektor Bahari. Wilayah ini memiliki keindahan pantai, laut serta potensi ekowisata yang sangat besar. Selain itu, kabupaten bintan juga memiliki beragam potensi wisata mulai dari kuliner, hingga ekowisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Kondisi geografis yang strategis, berdekatan dengan negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura membuat Kabupaten Bintan sebagai salah satu tujuan wisata unggulan yang ada di Kepulauan Riau. Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Di tengah meningkatnya persaingan antar destinasi wisata, setiap pengelola destinasi dituntut tidak hanya memiliki potensi wisata yang menarik, tetapi juga mampu membangun minat berkunjung calon wisatawan. Minat berkunjung menjadi faktor penting karena merupakan tahap awal sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan kunjungan ke suatu destinasi wisata.

Berdasarkan data BPS Kabupaten Bintan (2025), jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Kabupaten Bintan selama bulan Desember 2024 tercatat sebanyak 22.213 kunjungan atau mengalami kenaikan sebesar 48,75 persen dibandingkan bulan sebelumnya. Kunjungan wisatawan mancanegara tersebut didominasi oleh wisatawan berkebangsaan Singapura, dengan jumlah kunjungan mencapai 12.593 orang, atau sekitar 56,69 persen dari

total kunjungan wisman ke daerah ini. Data ini menunjukkan bahwa Singapura masih menjadi pasar utama bagi sektor pariwisata Kabupaten Bintan, mengingat letak geografis yang berdekatan serta adanya akses transportasi laut yang mudah dan cepat. Sementara itu, jumlah wisatawan nusantara (wisnus) yang berkunjung ke Kabupaten Bintan pada periode Januari hingga Desember 2024 juga menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Total kunjungan wisatawan domestik mencapai 538,440 perjalanan, meningkat sebesar 238,79 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun 2023, yang hanya mencatat 158.932 perjalanan. Data tersebut menggambarkan bahwa sektor pariwisata di kabupaten Bintan mengalami tren pertumbuhan positif sepanjang tahun 2024.

Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang di Kabupaten Bintan adalah Kampong Teripang. Destinasi ini mengusung konsep edu-ekowisata berbasis masyarakat yang memadukan wisata bahari dengan edukasi mengenai budidaya dan konservasi teripang. Keunikan konsep tersebut menjadi nilai pembeda dibandingkan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Bintan karena tidak hanya menawarkan keindahan alam pesisir, tetapi juga pengalaman belajar mengenai pelestarian sumber daya laut dan pemberdayaan masyarakat pesisir. Potensi tersebut menjadikan Kampong Teripang memiliki peluang untuk menarik minat calon wisatawan, namun keberhasilan destinasi ini tidak hanya bergantung pada potensi yang dimiliki, melainkan juga pada kemampuannya dalam membangun ketertarikan masyarakat untuk berkunjung.

Dalam penelitian ini, responden yang menjadi sasaran adalah calon wisatawan yang telah mengetahui Kampong Teripang tetapi belum pernah

melakukan kunjungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mengenal suatu destinasi belum tentu diikuti oleh munculnya minat untuk berkunjung. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mampu membentuk minat berkunjung calon wisatawan sebelum mereka memutuskan untuk mengunjungi Kampong Teripang.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Lokal dan Mancanegara Kampong Teripang Juli–November 2025

Bulan	Wisatawan Lokal	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
Juli	337	40	377
Agustus	440	129	569
September	66	29	95
Oktober	283	187	470
November	241	86	327
TOTAL			1.838 Pengunjung

Sumber: Kampong Teripang (2025)

Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan pada periode Juli hingga November 2025, terlihat bahwa jumlah pengunjung Kampong Teripang mengalami fluktuasi setiap bulannya. Jumlah kunjungan meningkat dari 377 pengunjung pada bulan Juli menjadi 569 pengunjung pada bulan Agustus, kemudian menurun drastis menjadi 95 pengunjung pada bulan September. Selanjutnya, jumlah kunjungan kembali meningkat menjadi 470 pengunjung pada bulan Oktober dan kembali menurun menjadi 327 pengunjung pada bulan November. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan ke Kampong Teripang belum stabil dari bulan ke bulan.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa Kampung Teripang masih menghadapi tantangan dalam menarik calon wisatawan secara konsisten. Meskipun destinasi ini memiliki konsep edu-ekowisata yang unik, keberadaan potensi tersebut belum tentu mampu mendorong masyarakat yang telah mengetahui Kampung Teripang untuk memiliki minat berkunjung. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai faktor-faktor yang dapat membentuk minat berkunjung calon wisatawan, seperti *digital marketing*, daya tarik wisata, dan persepsi harga, sehingga pengelola dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap Kampung Teripang. Meskipun Kampung Teripang memiliki potensi wisata yang menarik dan telah dikenal oleh sebagian masyarakat melalui berbagai media informasi, hal tersebut belum tentu diikuti dengan munculnya minat untuk berkunjung. Dalam penelitian ini, responden yang menjadi sasaran adalah calon wisatawan yang telah mengetahui keberadaan Kampung Teripang tetapi belum pernah melakukan kunjungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan terhadap suatu destinasi wisata belum tentu mendorong seseorang untuk memiliki keinginan mengunjunginya. Oleh karena itu, diperlukan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi terbentuknya minat berkunjung calon wisatawan sehingga dapat diketahui strategi yang tepat untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap Kampung Teripang Kabupaten Bintan.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi minat berkunjung calon wisatawan adalah *digital marketing*. Pada era *digital*, masyarakat cenderung memanfaatkan media sosial, *website*, dan berbagai platform *digital* sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi mengenai destinasi wisata sebelum

memutuskan melakukan kunjungan. Melalui *digital marketing*, calon wisatawan dapat mengetahui lokasi, fasilitas, aktivitas wisata, harga, serta pengalaman wisatawan lain terhadap suatu destinasi. Oleh karena itu, strategi *digital marketing* yang mampu menyajikan informasi secara menarik, mudah diakses, interaktif, dan terpercaya diduga dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Sebaliknya, apabila penyampaian informasi melalui media digital belum dilakukan secara optimal, calon wisatawan dapat mengalami keterbatasan informasi sehingga minat untuk berkunjung belum tentu terbentuk. Menurut Kotler dan Keller (2016), *digital marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif serta membangun hubungan dengan calon konsumen. Dengan demikian, *digital marketing* diduga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi terbentuknya minat berkunjung calon wisatawan ke Kampong Teripang Kabupaten Bintan.

Selain *digital marketing*, daya tarik wisata juga diduga menjadi faktor yang memengaruhi minat berkunjung calon wisatawan. Setelah memperoleh informasi mengenai suatu destinasi melalui media digital maupun sumber informasi lainnya, calon wisatawan umumnya akan mengevaluasi daya tarik yang dimiliki destinasi tersebut sebelum memutuskan untuk berkunjung. Daya tarik wisata merupakan alasan utama yang mendorong seseorang memilih suatu destinasi dibandingkan destinasi lainnya. Kampong Teripang Kabupaten Bintan menawarkan konsep edukowisata yang memadukan wisata bahari dengan kegiatan edukasi mengenai budaya dan konservasi teripang, sehingga memiliki karakteristik yang berbeda

dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Bintan. Selain itu, suasana alam pesisir, aktivitas edukatif, serta pengalaman wisata berbasis lingkungan menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan ketertarikan calon wisatawan. Menurut Cooper dkk. (2008), daya tarik wisata merupakan salah satu komponen utama dalam suatu destinasi yang mampu mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan. Oleh karena itu, semakin menarik daya tarik yang dimiliki suatu destinasi, maka semakin besar peluang terbentuknya minat berkunjung calon wisatawan ke Kampong Teripang Kabupaten Bintan.

Selain digital marketing dan daya tarik wisata, persepsi harga juga diduga menjadi salah satu pertimbangan calon wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Dalam proses pengambilan keputusan, calon wisatawan umumnya akan membandingkan biaya yang harus dikeluarkan dengan manfaat atau pengalaman wisata yang diharapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi harga merupakan penilaian konsumen terhadap kewajaran harga berdasarkan manfaat yang diharapkan atau diterima. Namun demikian, pengaruh persepsi harga terhadap minat berkunjung masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap minat berkunjung, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara persepsi harga dan minat berkunjung masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks destinasi wisata Kampong Teripang Kabupaten Bintan.

Untuk memperkuat fenomena yang telah diuraikan, peneliti juga melakukan pra-survei terhadap 30 responden yang didominasi oleh pelajar/mahasiswa di

Tanjungpinang. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap Kampong Teripang secara umum berada pada kategori cukup baik hingga baik, yang terlihat dari mayoritas jawaban berada pada rentang nilai 3 hingga 5 pada skala Likert. Dari aspek *digital marketing*, sebagian besar responden menyatakan bahwa informasi mengenai Kampong Teripang cukup mudah ditemukan dan diakses melalui media sosial. Konten yang disajikan juga dinilai cukup menarik serta mampu menumbuhkan ketertarikan untuk berkunjung. Namun demikian, masih terdapat beberapa responden yang memberikan penilaian netral, terutama terkait interaksi dua arah dan respons pengelola di media sosial, yang menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi *digital* masih dapat ditingkatkan agar informasi yang disampaikan lebih interaktif dan mampu menjangkau lebih banyak calon wisatawan.

Dari aspek daya tarik wisata, responden menilai bahwa Kampong Teripang memiliki konsep yang cukup unik dengan pemandangan yang menarik serta lingkungan yang relatif bersih dan terawat. Fasilitas yang tersedia juga dinilai cukup memadai dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Meskipun demikian, masih terdapat penilaian yang berada pada kategori cukup, khususnya pada keberagaman aktivitas wisata, sehingga diperlukan pengembangan atraksi yang lebih variatif. Sementara itu, dari aspek persepsi harga, sebagian besar responden menganggap bahwa harga yang ditawarkan tergolong terjangkau dan sebanding dengan kualitas fasilitas serta pengalaman yang diperoleh. Namun, beberapa responden masih memberikan penilaian netral terkait daya saing harga dibandingkan destinasi lain, Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi terhadap

harga masih beragam di antara responden sehingga perlu dikaji lebih lanjut apakah persepsi harga benar-benar memengaruhi minat berkunjung calon wisatawan. Selanjutnya, dari sisi minat berkunjung, mayoritas responden menunjukkan ketertarikan untuk mencari informasi lebih lanjut serta memiliki keinginan untuk mengunjungi Kampung Teripang. Bahkan, sebagian responden juga bersedia merekomendasikan destinasi ini kepada orang lain. Meskipun demikian, belum semua responden menjadikan Kampung Teripang sebagai pilihan utama dibandingkan destinasi wisata lain, yang menunjukkan bahwa minat berkunjung masih dapat ditingkatkan.

Penelitian ini penting dilakukan karena persaingan antar destinasi wisata yang semakin ketat menuntut setiap pengelola destinasi untuk mampu menarik minat berkunjung calon wisatawan. Meskipun Kampung Teripang Kabupaten Bintan memiliki konsep edu-ekowisata yang unik dan didukung oleh potensi wisata bahari yang menarik, fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan menunjukkan bahwa destinasi ini masih menghadapi tantangan dalam menarik calon wisatawan secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung calon wisatawan sebelum mereka memutuskan untuk melakukan kunjungan. Dalam penelitian ini, faktor yang dikaji meliputi *digital marketing*, daya tarik wisata, dan persepsi harga. Ketiga variabel tersebut dipilih karena secara teoritis dapat menjadi pertimbangan calon wisatawan dalam proses pengambilan keputusan, namun hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan temuan yang beragam, khususnya pada variabel persepsi harga. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai

faktor-faktor yang memengaruhi minat berkunjung calon wisatawan ke Kampong Teripang Kabupaten Bintan serta menjadi masukan bagi pengelola dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan destinasi yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing pariwisata daerah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengaruh *digital marketing*, daya tarik wisata, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung masih menghasilkan temuan yang beragam. Berbagai penelitian menyatakan bahwa *digital marketing* dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan. Namun, pada variabel persepsi harga masih ditemukan hasil yang belum konsisten. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, sedangkan penelitian Sukardi & Afidah (2024) menunjukkan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda. Selain itu, penelitian yang menguji pengaruh *digital marketing*, daya tarik wisata, dan persepsi harga secara simultan terhadap minat berkunjung pada destinasi wisata berbasis edu-ekowisata, khususnya Kampong Teripang Kabupaten Bintan, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat berkunjung calon wisatawan pada konteks destinasi wisata Kampong Teripang Kabupaten Bintan.

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Digital Marketing*, Daya Tarik Wisata dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung

Wisatawan ke Kampong Teripang Kabupaten Bintan. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan diperoleh temuan empiris yang dapat menjadi rujukan dalam pengembangan strategi pariwisata bahari berkelanjutan di Kepulauan Riau serta memperkuat daya saing di sektor pariwisata global.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Promosi digital yang dilakukan oleh pengelola Kampong Teripang belum optimal. Aktivitas *digital marketing* melalui media sosial, website, maupun platform pariwisata masih terbatas sehingga informasi tentang destinasi belum tersebar luas kepada calon wisatawan.
2. Daya tarik wisata Kampong Teripang belum sepenuhnya dikemas secara maksimal. Konsep edu-ekowisata yang dimiliki belum diintegrasikan secara menyeluruh dalam paket wisata yang menarik.
3. Persepsi harga wisata yang dirasakan wisatawan belum sepenuhnya sesuai dengan nilai manfaat yang diperoleh. Beberapa wisatawan mungkin menganggap biaya aktivitas wisata kurang sepadan dengan fasilitas yang disediakan, sehingga memengaruhi niat untuk berkunjung.
4. Persaingan destinasi wisata di Kabupaten Bintan semakin ketat. Munculnya berbagai destinasi wisata bahari dan resort unggulan membuat Kampong Teripang harus memiliki strategi yang berbeda untuk menarik perhatian wisatawan.

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 Kampong Teripang yang berlokasi di Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau, sebagai objek penelitian.
2. Subjek penelitian adalah wisatawan memiliki minat berkunjung ke Kampong Teripang.
3. Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi *Digital Marketing* (X1), Daya Tarik Wisata (X2), dan Persepsi Harga (X3) sebagai variabel independen, serta Minat Berkunjung (Y) sebagai variabel dependen.
4. Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh langsung antara ketiga variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel *intervening* maupun *moderating*.
5. Selain itu, penelitian ini berfokus pada kondisi pariwisata Kampong Teripang pada periode tahun 2024–2025 dengan memanfaatkan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bintan serta hasil observasi yang relevan dengan perkembangan sektor pariwisata daerah tersebut.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Digital Marketing* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan?
2. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan?
3. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan?
4. Apakah *Digital Marketing*, Daya Tarik Wisata, dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis berusaha mencapai beberapa tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing*, Daya Tarik Wisata, dan Persepsi Harga secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Kampung Teripang Kabupaten Bintan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran dan Pariwisata. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh *digital marketing*, daya tarik wisata, dan persepsi harga terhadap minat berkunjung wisatawan serta menjadi referensi bagi penelitian yang sejenis di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pengelola Kampong Teripang Kabupaten Bintan dalam merumuskan strategi pemasaran dan pengembangan destinasi wisata. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas *digital marketing*, memperkuat daya tarik wisata, serta menciptakan persepsi harga yang sesuai dengan harapan wisatawan guna meningkatkan minat berkunjung.

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan literatur ilmiah bagi mahasiswa, dosen, serta peneliti di lingkungan Universitas Maritim Raja Ali Haji, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran dan pariwisata. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi

dan bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang membahas minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata.

1.7 Sistematika Penelitian

Penelitian ini harus disajikan kepada pembaca dengan cara yang mudah dimengerti dan metodis. Berikut ini adalah penjelasan dari setiap bagian dari bab

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 variabelvariabel 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

Ringkasan dari temuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dan saran-saran mengenai bagaimana para peneliti di masa depan dapat mengembangkan temuan-temuan tersebut disertakan dalam kesimpulan dan rekomendasi bab ini.

