

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Melakukan aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya disebut dengan wisata. Menurut Buchli dalam Yoeti (2007:5) mengatakan bahwa pariwisata adalah setiap peralihan tempat yang bersifat sementara dari seseorang atau beberapa orang dengan maksud memperoleh pelayanan yang diperuntukan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga-lembaga yang digunakan untuk maksud tersebut. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah daerah.

Memfaatkan Indonesia sebagai Negara Maritim yang terdiri dari 17.504 pulau dan terletak di garis khatulistiwa menjadikannya salah satu negara yang berpotensi menjadi tujuan destinasi bahari kelas dunia. Indonesia didukung oleh 75.000 km² laut dengan 81.000 km garis pantai di dalamnya terdapat 950 spesies terumbu karang, 8.500 spesies ikan tropis, 555 spesies rumput laut, dan 18 spesies padang lamun. Potensi maritim ini memiliki prospek besar, salah satunya dalam wisata bahari. Menurut GAHAWISRI (Gabungan Pengusaha Wisata Bahari)

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dalam dalam situsnya mengatakan, potensi wisata bahari mencapai 2 juta miliar dolar, sehingga sangat menguntungkan kedepan apabila pariwisata bahari di Indonesia dapat dikembangkan dengan baik dan profesional.

Pada tahun 2007 Provinsi Sumatera Barat oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata telah ditetapkan salah satu dari lima daerah di Indonesia yang dijadikan sebagai daerah destinasi unggulan serta menawarkan Mentawai sebagai lokasi selam terbaik Indonesia. Kebijakan ini ditetapkan oleh pemerintah pusat sebagai upaya untuk mengembangkan pariwisata di luar pulau Jawa dan Bali. Hal ini merupakan kesempatan untuk mengembangkan dan mempromosikan potensi wisata, khususnya wisata bahari atau kawasan pesisir yang terdapat di Sumatera Barat. Kawasan pesisir Sumatera Barat memiliki potensi yang luar biasa dan prospek untuk dikembangkan. Selain kekayaan laut yang masih belum tergarap dengan optimal, kawasan-kawasan ini memiliki objek wisata yang bisa dikembangkan secara luas. Berikut adalah potensi wisata pesisir Sumatera Barat.

TABEL 1.1
POTENSI WISATA PESISIR SUMATERA BARAT

No.	Kabupaten/Kota	Objek
1.	Pesisir Selatan	Pantai Corocok, Resort Mandeh, Pulau Cubadak, Pulau Cingkuak, Semangka Besar dan Semangka Kecil, Pulau Babi, Pulau Aur Kecil dan Aur Besar serta Pulau Pagang
2.	Kota Padang	Pantai Air Manis, Pantai Padang, Pantai Pasir Jambak, Sungai Pisang, Pulau Sikuai, Pulau Pasumpahan dan Pulau Sao.
3.	Padang Pariaman	Pantai Tiram, Pantai Arta, Pantai Gondariah, Pulau Bando, Pulau Pieh, Pulau Angso, Pulau Karsik, dan Pulau Ujung
4.	Agam	Pantai Mutiara, Tiku
5.	Pasaman Barat	Air Bangis, Pantai Sasak

Sumber : Disbudpar Prov. Sumatera Barat (2012)

Potensi pariwisata yang banyak tersebut belum mampu dikelola secara optimal oleh pemerintah daerah yang dibantu oleh masyarakat maupun pihak

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk "green tourism destination" terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

swasta. Kawasan pantai yang dimiliki oleh pemerintah kabupaten dan kota sangat potensial untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata, terutama wisata bahari akhir-akhir ini telah menjadi salah satu produk wisata yang unggul. Kota Padang telah mengedepankan wisata bahari, setelah terpuruk pasca gempa dan melihat potensi yang belum dioptimalkan secara baik. Hal ini ditunjukkan dengan keseriusan pemerintah Kota Padang membenahi kawasan pantai yang dimiliki dan mencanangkan sebagai Kota Wisata Bahari Sumatera Barat serta mengadakan *event* tahunan yang berskala internasional. Pembangunan kepariwisataan bahari pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata bahari yang terdapat di Kota Padang yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah (pantai), keragaman flora dan fauna (taman laut) serta budaya tradisional yang berkaitan dengan legenda kelautan.

Kota Padang yang memiliki garis pantai sepanjang 99,63 km serta mempunyai pantai yang landai sangat cocok untuk dijadikan wisata bahari unggulan di Sumatera Barat, melihat Kota Padang sebagai gerbang utama masuk ke Sumatera Barat dan memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang baik, berikut jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang.

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA PADANG
TAHUN 2007-2011

No.	Tahun	Asing	Domestik	Jumlah
1.	2007	28,320	1,425,241	1,453,561
2.	2008	42,028	1,593,725	1,635,753
3.	2009	40,247	1,554,647	1,594,894
4.	2010	41,210	1,607,375	1,648,585
5.	2011	51,145	2,014,675	2,065,820

Sumber : Disbudpar Kota Padang (2012)

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Berdasarkan tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang, hal ini merupakan kesempatan besar dalam mengembangkan wisata baharinya, dari Pantai Pasir Jambak di utara sampai ke Pantai Sungai Pisang di selatan. Demi mewujudkan hal tersebut pemerintah dan pihak swasta sejauh ini telah berupaya membenahi objek wisata pantai, objek tersebut adalah: Pantai Pasir Jambak, Pantai Padang, Taman Nirwana, Pantai Pasir Putih Bungus, Pulau Sikuai, sedangkan Pantai Air Manis, belum tergarap dengan optimal. Begitu juga dengan pulau-pulau yang terdapat di pesisir Kota Padang, banyak pulau dengan pantai putih dan bersih yang sudah dibenahi dengan baik. Berikut jumlah pulau yang memiliki daya tarik wisata di Kota Padang.

TABEL 1.3
JUMLAH PULAU DAYA TARIK WISATA KOTA PADANG

Objek Wisata	Lokasi	Jarak
Pulau Pisang Gadang	Desa Air Manis	2 Km PL
Pulau Sirandah	Bungus Teluk Kabung	2 Jam PL
Pulau Sikuai	Bungus Teluk Kabung	0,5 Jam PL
Pulau Sironjong	Bungus Teluk Kabung	2 Jam PL
Pulau Bintangur	Bungus Teluk Kabung	2 Jam PL
Pulau Persumpahan	Bungus Teluk Kabung	2 Jam PL
Pulau Sao	Koto Tengah	0,25 Jam PL

Sumber : Disbupar Kota Padang (2012)

Berdasarkan jumlah pulau daya tarik wisata Kota Padang Pulau Sikuai merupakan salah satu pulau yang sudah memiliki manajemen yang baik, karena pengelolaan oleh pihak swasta. Pulau ini masuk ke dalam wilayah kecamatan Bungus Teluk Kabung, 23 Km arah selatan Kota Padang. Pulau ini terletak sekitar setengah mil laut dari pusat kota dan dapat dicapai dengan menggunakan transportasi laut *speed boat*, dibutuhkan waktu tempuh sekitar 45 menit dari pelabuhan Muaro Padang. Menjadi daerah tujuan wisata dan objek wisata bahari unggulan di Kota Padang, manajemen Pulau Sikuai telah memfasilitasi pulau ini

dengan hotel resort setaraf hotel berbintang tiga yang bernama New Sikuai Island Resort. Sekitar 2.4 Ha dari luas pulau ini telah digunakan sebagai kawasan resort sedangkan sisanya masih berupa kawasan hutan dan pantai.

Pergantian manajemen di tahun 2007 dari Pusako Group berdampak langsung pada produk yang dihasilkan dan layanan yang diberikan serta kepuasan. Usaha yang bergerak pada bidang ini tergantung dari faktor kualitas produk, layanan, kepercayaan, dan daya tarik. Produk yang dikemas dengan baik unik dan berbeda dengan yang lain, akan dapat menciptakan kepuasan pada pengunjung. Pengunjung yang merasa puas, akan melakukan pengulangan kembali menikmati jasa yang sama dan memberikan rekomendasi pada pelanggan potensial (keluarga, saudara, teman, dan pihak lain) untuk datang dan menikmati jasa tersebut. Berikut ini adalah laporan jumlah pengunjung Pulau Sikuai dapat dilihat dalam Tabel 1.4 berikut :

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE
PULAU SIKUAI TAHUN 2008-2011

Bulan	Tahun							
	2008		2009		2010		2011	
	Lokal	Asing	Lokal	Asing	Lokal	Asing	Lokal	Asing
Jan	10	-	22	2	35	3	12	2
Feb	23	3	32	-	43	-	20	-
Mar	42	4	45	-	64	2	10	-
Apr	52	-	10	-	52	6	16	2
May	31	2	24	-	34	-	28	-
Jun	26	2	35	3	36	-	27	-
Jul	33	-	20	5	32	-	51	2
Aug	37	-	37	-	38	-	27	-
Sep	52	-	40	-	40	-	42	4
Okt	40	2	25	4	28	2	30	3
Nov	12	1	28	4	6	4	19	-
Des	49	3	42	2	38	-	50	5
Total	407	17	360	20	446	17	334	18
	424		380		463		352	

Sumber : New Sikuai Island Resort (2012)

Berdasarkan Tabel 1.4, jumlah kunjungan ke Pulau Sikuai mengalami fluktuasi. Hal ini dampak dari gempa bumi 2009 yang menguncang Sumatera Barat, membuat para pengunjung sedikit trauma dan pengaruh cuaca di perairan Sumatera Barat yang kurang bersahabat. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 30 pengunjung yang menikmati Pulau Sikuai pada September 2011, terdapat pendapat pada tabel berikut :

TABEL 1.5
HASIL PRA PENELITIAN SEMINAR DI PULAU SIKUAI

No.	Hasil
1.	80% pengunjung merupakan kunjungan pertama ke Pulau Sikuai, sisanya 20% merupakan kunjungan yang kedua kalinya.
2.	75% pengunjung tahu tentang Pulau Sikuai, sisanya 25% tidak mengetahui sebelumnya tentang Pulau Sikuai
3.	5% pengunjung mendapatkan sumber Informasi Pulau Sikuai dari televisi, 5% pengunjung mendapatkan dari internet, 90% dari teman atau kerabat.
4.	95% alasan pengunjung untuk datang berkunjung ke Pulau Sikuai adalah karena alamnya, sedangkan 5% karena resortnya.
5.	70% pengunjung berpendapat promosi yang dilakukan Pulau Sikuai sudah cukup, sisanya 30% menyatakan kurang.
6.	85% menyatakan bahwa harga yang ditawarkan Pulau Sikuai sudah cukup, 15% pengunjung menyatakan mahal.
7.	85% pengunjung akan datang berkunjung Kembali ke Pulau Sikuai, 5% tidak akan berkunjung kembali, 10% meyatakan mungkin akan kembali.
8.	45% dari pengunjung menyatakan puas terhadap produk yang ditawarkan setelah berkunjung di Pulau Sikuai, sedangkan 55% pengunjung menyatakan tidak puas terhadap produk yang ditawarkan.

Sumber : Hasil Pra penelitian (2012)

Hasil pra penelitian tersebut, terdapat berbagi masalah yang timbul di Pulau Sikuai yang menjadi bahan pemikiran oleh pihak pengelola. Dari semua item pertanyaan yang diberikan kepada pengunjung, sebagian besar bahkan lebih dari 50% pengunjung menunjukkan hasil yang positif, sedangkan pada pertanyaan pada item delapan dalam Tabel 1.5, pengunjung 55% menyatakan tidak puas setelah berkunjung di Pulau Sikuai, dikarenakan produk wisata pantai dan paket berlibur yang diberikan terkesan biasa saja bahkan ada yang menyatakan kurang sama sekali, sedangkan 45% dari pengunjung menyatakan puas terhadap produk

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

wisata pantai dan paket berlibur setelah berkunjung di Pulau Sikuai. Hal ini perlu diperhatikan karena kepuasan pengunjung merupakan sumber penilaian utama pengunjung terhadap produk yang diberikan.

Hal tersebut merupakan tantangan tersendiri bagi pengelola Pulau Sikuai dalam meningkatkan kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai serta menghadapi persaingan dengan pulau-pulau lain yang menyediakan produk yang serupa. Banyak pulau kecil yang berpotensi selain Sikuai, apalagi di daerah Pesisir Selatan sangat banyak pulau-pulau yang berpotensi untuk dikembangkan. Diantaranya adalah Pulau Cubadak, karena sudah dikelola dan dipromosikan dengan baik dan letaknya tidak begitu jauh dari Pulau Sikuai.

Pulau Cubadak merupakan sebuah pulau yang masuk kedalam gugusan pulau di kawasan wisata Mandeh, kawasan yang termasuk dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPNAS), terletak di Kabupaten Pesisir Selatan, memiliki luas wilayah 5.749 km persegi dan berada 0-1.000 meter di atas permukaan laut serta memiliki 218 km panjang pantai. Pantai sepanjang 1,5 km dan lahan sekitar tujuh hektar dikuasai pengelola yang bernama *Cubadak Paradiso Village*. Pulau Cubadak menawarkan tempat wisata dengan mode *cottage-cottage* yang aman, bersih dan tenang. Menerapkan standar internasional pada penginapan, menu-menu makanan *seafood* bintang 5, sehingga pulau ini menggunakan kurs Dollar sebagai tolak ukur pembelian. Pulau Sikuai terkenal dengan keindahan pantai dan alamnya, sedangkan Pulau Cubadak menyugahi keindahan pemandangan dasar laut yang indah, surga para penyelam karena dasar laut yang mengelilingi pulau ini ditumbuhi terumbu-terumbu karang yang cantik

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

dan warna-warni ikan hias. Selain itu segmen pasar yang diraih oleh Pulau Cubadak adalah wisatawan asing dan tidak menutup kemungkinan untuk wisatawan lokal untuk datang berkunjung. Dilihat dari segi pemasarannya Pulau Cubadak lebih fokus berpromosi di luar negeri, hal ini dilatarbelakangi karena pengelola Pulau Cubadak merupakan orang asing yakni orang Italia yang sudah puluhan tahun menetap di Pulau Cubadak. Melihat potensi yang dimiliki oleh Pulau Cubadak dan produk serta pelayanan kelas internasional yang diberikan kepada pengunjung, hal tersebut menjadi sebuah bahan pemikiran dan kesempatan oleh pihak manajemen Sikuai untuk bisa memberikan perbedaan dan menguasai pasar wisatawan lokal dan internasional, karena Pulau Sikuai juga memiliki potensi alam yang sangat menarik dan lebih bagus dibandingkan dengan Pulau Cubadak, pengunjung akan merasa puas berkunjung di Pulau Sikuai.

Kedepannya agar para pengunjung lebih merasakan puas setelah berkunjung di Pulau Sikuai dan menghadapi persaingan, pihak pengelola menerapkan strategi dalam meningkatkan kepuasan para pengunjung melalui potensi produk yakni alam yang dimiliki. Hal ini berdasarkan pada potensi produk yang dimiliki dan juga mendukung program wisata bahari di Kota Padang yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Strategi yang diterapkan dan diharapkan mampu menjawab semua tantangan dan mendukung program alam yang berkelanjutan adalah diferensiasi produk. Pada dasarnya diferensiasi produk adalah tindakan merancang satu perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing. Artinya perusahaan berusaha membuat produk yang

ditawarkan mempunyai keunggulan atau mempunyai nilai lebih dibanding produk kompetitor. Diferensiasi sangat penting bagi strategi produk perusahaan. Tanpa diferensiasi, produk perusahaan hanya akan menjadi komoditi, produk tersebut tidak berbeda jauh dengan produk yang lain, alias produk rata-rata. Strategi diferensiasi produk yang ditawarkan pihak Pulau Sikuai berwawasan lingkungan dimana mengacu pada tren atau *life style* perkembangan lingkungan saat ini yang *green mind*, yang berkelanjutan dan menolak *global warming*. Apalagi untuk saat ini banyak pengembang usaha wisata dan pemerintah daerah kembali mengedepankan masalah yang berwawasan lingkungan, menerapkan prinsip ekowisata. Hasil adaptasi dari prinsip ekowisata tersebut menghasilkan *green tourism destination* yang menjaga dan meningkatkan keberdayaan sumber daya alam untuk kebutuhan dimasa yang akan datang. Paket yang disediakan menjadi lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Green tourism destination dalam pengertian yang sederhana adalah perjalanan wisata ke suatu tempat di mana flora, fauna, dan warisan budaya sebagai tujuan utama, menurut *The International Ecotourism Society (TIES)*. Diartikan bahwa *green tourism destination* memiliki tujuan utama memberikan wawasan dan kepedulian manusia terhadap lingkungan, sehingga mampu meningkatkan apresiasi yang lebih besar terhadap habitat alam. Menurut Wikipedia, Konsep *green tourism destination* memiliki tujuan untuk mendidik para pengunjung, menyediakan dana untuk konservasi ekologis. Secara langsung bermanfaat bagi pembangunan ekonomi dan pemberdayaan politik masyarakat lokal, serta mendorong rasa hormat terhadap budaya yang berbeda dan untuk hak

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

asasi manusia. *Green tourism destination* merupakan salah satu bentuk ekoturisme atau wisata berbasis ekosistem yang dapat berarti menitikberatkan pada kunjungan ke lokasi satwaliar berada di taman nasional dan cagar alam. Kegiatan sederhana *green tourism destination* diantaranya adalah *hiking*, *trekking*, *birdwatching* (pengamatan burung), *snorkeling*, dan *diving*. *Green tourism destination* merupakan wisata yang berkelanjutan atau artinya tidak mengakibatkan kerusakan di lokasi wisata dan cagar budaya yang sedang dikunjungi dengan kata lain ramah lingkungan.

Konsep *green tourism destination* mencakup program-program wisata yang meminimalkan aspek-aspek negatif dari pariwisata konvensional atau wisata yang dikemas dalam paket-paket wisata, serta memerlukan sarana dan fasilitas yang mewah berskala besar terhadap lingkungan dan meningkatkan integritas budaya masyarakat setempat. Oleh karena itu, selain mengevaluasi budaya dan faktor lingkungan, *green tourism destination* juga merupakan bagian integral dari kegiatan promosi daur ulang, efisiensi energi, konservasi air, dan penciptaan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat. Praktek *green tourism destination* berarti keberlanjutan akan lingkungan, kebudayaan, dan juga komunitas pada lokasi wisata yang dikunjungi. Pemasaran konsep ini sangat memberikan keuntungan jangka panjang dan ketahanan bisnis tergantung pada pemeliharaan lingkungan yang menarik dan sehat, diantaranya menghemat biaya, sejalan dengan ketentuan per-undang-undangan, menghindari terjadinya relasi negatif dengan publik, memenuhi peningkatan ekpektasi dan permintaan pengunjung, mencapai keuntungan yang berdaya saing, dan mengurangi biaya operasional.

Dian Permana, 2012

Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” terhadap kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Green tourism destination sama halnya dengan *Ecotravel, Ecovacation, Eco - (ad)venture, Eco - cruise, Eco - safari, Nature tourism* (wisata alam), *Low impact tourism, Bio - tourism, Ecologically responsible tourism* yang memang biasa digunakan dalam istilah marketing bisnis pariwisata berbasis ekosistem, menurut *The International Ecotourism Society (TIES)*.

Berikut adalah tabel penerapan strategi diferensiasi produk melalui *green tourism destination* di Pulau Sikuai :

TABEL 1.6
PENERAPAN DIFERENSIASI PRODUK
“GREEN TOURISM DESTINATION” DI PULAU SIKUAI

No.	Diferensiasi Produk	Penerapan Program Diferensiasi Produk
1	<i>Features</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjaga keindahan alam di Pulau Sikuai. b. Menjaga flora dan fauna di Pulau Sikuai. c. Memanfaatkan transportasi rendah polusi d. Meminimalkan penggunaan energi dan sistem pembuangan limbah yang ramah e. Memanfaatkan pemanduan lokal f. Melakukan konservasi terumbu karang
2	<i>Performance</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan sepeda dan sampan dayung untuk mengelilingi pulau b. Menggunakan listrik dari jam 10 malam hingga 5 pagi c. Menanam terumbu karang untuk konservasi d. Menggunakan bak penampungan pembuangan khusus e. <i>Hiking, trekking, birding</i> atau <i>birdwatching</i> (pengamatan burung), <i>snorkeling</i>, dan <i>diving</i>. f. Menggunakan pemandu lokal yang berasal dari daerah sekitar
3	<i>Style & Design</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Mempertahankan arsitektur bangunan untuk menjaga kebudayaan dan ramah lingkungan di Pulau Sikuai. b. Menggunakan bahan bangunan yang ramah lingkungan c. Mengatur tata letak / <i>zonasi</i> agar tidak merusak lingkungan dan habitat di Pulau Sikuai. d. Menggunakan bahan promosi yang baik tidak melakukan pemborosan e. Sistem jalan setapak yang memperhatikan pola perjalanan dan pola habitat hidup liar f. Jalur evakuasi bencana alam di Pulau Sikuai.

Sumber : Modifikasi penerapan strategi Pulau Sikuai (2012)

Berdasarkan penerapan *green tourism destination*, Pulau Sikuai dengan diferensiasinya pada *feature, performance* serta *style and design*, maka Pulau Sikuai lebih menjaga kelestarian alamnya, menjaga kebersihan alam, melengkapi fasilitas, yang ramah lingkungan, meningkatkan pelayanan, menjaga kebudayaan dan mengatur tata letak (zonasi) di Pulau Sikuai. Hal tersebut dikarenakan agar Pulau Sikuai lebih menarik dan berbeda dengan kawasan wisata lainnya dan wisatawan yang datang merasa puas dan berperan serta dalam menjaga lingkungan alam apabila berada di Pulau Sikuai. Dengan produk-produk berkelanjutan dan ramah lingkungan yang ditawarkan di Pulau Sikuai membuat pengunjung merasakan pengalaman yang berbeda dan menciptakan kepuasan tersendiri, serta mendukung *green tourism destination*. Pengunjung tidak menemukan di pulau-pulau lain yang ada di pesisir Sumatera Barat. Ini menunjukkan bahwa untuk kawasan wisata Pulau Sikuai yang dikelola berbasis perbedaan atau keunikan merupakan pemimpin dan sebagai suatu pulau yang sangat diminati oleh pengunjung.

Penerapan diferensiasi produk yang berbasis *green tourism destination* diharapkan juga dapat membuat perbedaan sehingga berdampak lanjut terhadap komunitas lokal yang terlibat langsung. Selain itu penerapan ini dapat meminimalisir perusakan terhadap alam, mendukung perlindungan suatu kawasan, mengedepankan pemberdayaan komunitas lokal, mengapresiasi lebih kebudayaan dan nilai lokal, serta berfungsi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap konservasi alam dan lingkungan sekitarnya (*Special Report, The U.S. Ecotourism Market, WTO, 2002*). Adanya penerapan diferensiasi produk

pada wisata yang disediakan Pulau Sikuai maka diharapkan kepuasan para pengunjung kedepannya akan menjadi meningkat.

Berdasarkan dari penjelasan yang dipaparkan, maka perlu diadakan suatu penelitian mengenai diferensiasi produk yang diterapkan oleh pihak Pulau Sikuai terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung yang datang di Pulau tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Diferensiasi Produk *Green Tourism Destination* Terhadap Kepuasan Berkunjung Di Pulau Sikuai”** (Survey terhadap pengunjung di Pulau Sikuai Sumatera Barat).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah yang dapat ditarik adalah:

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk *green tourism destination* di Pulau Sikuai.
2. Bagaimana kepuasan berkunjung pengunjung di Pulau Sikuai.
3. Sejauh mana pengaruh diferensiasi produk *green tourism destination* terhadap kepuasan berkunjung pengunjung.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin diketahui oleh peneliti, yaitu untuk memperoleh gambaran terhadap:

1. Diferensiasi produk *green tourism destination* di Pulau Sikuai.
2. Kepuasan berkunjung pengunjung di Pulau Sikuai.

3. Untuk mendapatkan informasi tentang sejauh mana pengaruh diferensiasi produk *green tourism destination* terhadap kepuasan berkunjung pengunjung di Pulau Sikuai.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini berguna secara akademis untuk menelaah kembali teori-teori mengenai diferensiasi produk *green tourism destination*. Diharapkan, dari penelitian ini dihasilkan suatu data yang berguna, sehingga dapat memberikan masukan untuk pengembangan teori mengenai diferensiasi produk *green tourism destination* di masa yang akan datang.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini berguna sebagai acuan dalam membantu serta menyusun strategi pemasaran bagi pihak manajemen New Sikuai Island Resort sebagai pengelola Pulau Sikuai untuk menambah kepuasan berkunjung di Pulau Sikuai dan mengambil kebijakan yang berkaitan dengan konsumen.