

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep adalah empat kabupaten yang membentuk Pulau Madura di Jawa Timur. Suku Madura merupakan mayoritas penduduk Madura. Berkat profilnya yang tinggi dan keindahan alamnya yang melimpah, Pulau Madura menjadi tujuan wisata yang populer bagi wisatawan dari dekat maupun jauh. Tradisi kerapan sapi telah lama dikaitkan dengan Pulau Madura. Tempat wisata alam yang menakjubkan termasuk Pantai Slopeng, Pantai Lembang, dan Gunung Jeddih melengkapi kerapan Sapi Madura. Museum Keraton Sumenep merupakan salah satu tempat yang dilestarikan dan terkenal akan kekayaan sejarahnya. Baik penduduk lokal maupun wisatawan datang ke Museum Keraton Sumenep untuk mempelajari kekayaan sejarah keraton tersebut.

Dimulai pada tahun 1778 dan berakhir pada tahun 1780, total 1.198 jam dihabiskan untuk membangun Keraton Sumenep. Orang tua Panembahan Somala memiliki keraton di sebelah timur, tempat keraton tersebut berada. Istana Sumenep dibangun secara bertahap oleh Bindara Saod, Panembahan Somala, dan generasi-generasi berikutnya dari keluarganya. Pameran di Museum Istana Sumenep meliputi peninggalan masa lalu istana yang gemilang, serta barang-barang antik yang ditemukan di seluruh Kabupaten Sumenep yang penting bagi sejarah wilayah tersebut. Sebagai bangunan istana terakhir yang masih ada di Jawa Timur, bangunan istana asli di Museum Istana Sumenep tidak mengalami renovasi apa pun, sehingga

memberikan identitas yang khas dan menarik pengunjung dari dekat maupun jauh (Ghali Abdullah & Liana, 2019).

Museum merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi identitas suatu daerah sekaligus sebagai salah satu upaya dalam pelestarian daerah. Namun, saat ini museum sudah kurang diminati terutama oleh kalangan anak muda, karena anak muda merasa tidak nyaman dan beranggapan bahwa museum hanya membahas masa lalu dan membosankan, sedangkan anak muda cenderung memikirkan masa kini dan masa depan (Mokhtar, 2014). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mokhtar, 2014) mengenai alasan kurangnya kunjungan ke museum, yaitu tidak adanya prioritas ke museum, sehingga cenderung tidak ada waktu untuk pergi ke museum, kurangnya informasi dari pihak pengelola museum dan harga tiket masuk yang cukup mahal bagi sebagian masyarakat. Selain itu, museum keraton terkesan hanya untuk pejabat dan tidak terbuka untuk umum, sehingga beberapa orang berpikir bahwa mereka tidak dapat mengunjungi museum karena pintu gerbangnya sering ditutup, Hal tersebut disebabkan oleh layanan wisata. Hal ini perlu adanya sosialisasi lebih lanjut dari pihak pengelola museum kepada masyarakat sekitar untuk menginformasikan jadwal buka, lokasi pembelian tiket, dan pintu masuk ke museum keraton. Harga tiket masuk museum keraton untuk orang dewasa dipatok sepuluh ribu rupiah, namun pengunjung wisatawan mengatakan bahwa harga tersebut relatif tinggi dan harus disesuaikan dengan biaya pelajar atau mahasiswa.

Saat ini, banyak orang bepergian ke tempat-tempat wisata populer untuk mengabadikan momen-momen yang tak ternilai harganya dalam bentuk foto dan video. Orang-orang berinteraksi secara virtual satu sama lain melalui media sosial.

Maraknya penggunaan internet telah memudahkan wisatawan untuk mencari destinasi wisata dan memesan akomodasi secara online. Wisatawan dapat memulai percakapan, bertukar informasi, dan saling berkomentar Menurut (Abror, 2019). (Ghonimah Zumroatun Ainiyah et al., 2022) mengatakan Kesadaran masyarakat terhadap internet telah menciptakan perubahan paradigma dalam strategi komunikasi dari mulut ke mulut, yang dikenal dengan sebutan *Electronic Word of Mouth (eWOM)*. Dalam pengembangan pariwisata, dukungan teknologi informasi yang memadai sangat penting untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata (Andriani et al., 2022). Ketika orang berbicara positif tentang destinasi wisata secara daring, lebih banyak orang akan mengunjungi daerah tersebut, dan ketika orang berbicara negatif tentang wisata, lebih sedikit orang akan mengunjungi tempat itu. Dengan memastikan bahwa pengunjung bersenang-senang selama berada di sana, destinasi dapat meningkatkan reputasi mereka dan mendorong bisnis berulang *e-word of mouth* Membuat budaya Sumenep lebih mudah diakses oleh masyarakat umum dan menjadi destinasi yang diinginkan oleh wisatawan. Maka berdasarkan uraian di atas, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan mempengaruhi citra destinasi melalui peran mediasi *Electronic Word of Mouth (eWOM)* dari para wisatawan di Museum Keraton Sumenep.

Menurut penelitian (Heri Prabowo, 2023) Fasilitas memiliki dampak terhadap kepuasan, yang selanjutnya memengaruhi *e-word of mouth*. Namun, kualitas tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan, dan fasilitas juga tidak memengaruhi *e-word of mouth*. Begitu pula, kualitas tidak berpengaruh terhadap *e-*

word of mouth. Meskipun demikian, fasilitas dapat memengaruhi *e-word of mouth* jika didukung oleh tingkat kepuasan yang terbentuk, dan kualitas layanan dapat memengaruhi *word of mouth* jika didorong oleh kepuasan yang dirasakan oleh tamu yang menginap.

(Suwarduki, 2016) *Electronic Word of Mouth (eWOM)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra destinasi, serta memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung. Namun, *e-word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sementara itu, minat berkunjung memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan (Ghonimah Zumroatun Ainiyah et al., 2022) *E-WOM* memiliki efek terhadap citra destinasi wisata The Picas Adventure Banjarnegara. Di sisi lain, kualitas layanan juga berpengaruh pada citra destinasi wisata The Picas Adventure Banjarnegara. Citra destinasi tersebut pada akhirnya mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ke The Picas Adventure Banjarnegara.

B. Rumusan Masalah

maka penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh positif terhadap *e-word of mouth* di Museum Keraton Sumenep?
2. Apakah *e-word of mouth* berpengaruh positif terhadap Citra Destinasi di Museum Keraton Sumenep?

3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Citra Destinasi. di Museum Keraton Sumenep?
4. Apakah *e-word of mouth* memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Destinasi di Museum Keraton Sumenep?

C. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari adanya batasan operasional dan sumber daya yang tersedia, oleh karena itu peneliti menetapkan batasan penelitian sebagai berikut:

1. Variabel dependen (terikat) adalah Citra Destinasi
2. Variabel independent (bebas) adalah Kualitas Layanan
3. Variabel mediasi yaitu *e-word of mouth*.
4. Sampel penelitian ber kriteria individu yang pernah mengunjungi dalam kurun waktu satu tahun terakhir

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini memiliki tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan terhadap *e-word of mouth* di Museum Keraton Sumenep.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *e-word of mouth* terhadap Citra Destinasi di Museum Keraton Sumenep

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas layanan terhadap Citra Destinasi di Museum Keraton Sumenep
4. Untuk mengetahui seberapa besar *e-word of mouth* memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Destinasi di Museum Keraton Sumenep

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sebagai tambahan dalam pengetahuan serta pembelajaran dan pengalaman dalam melakukan kunjungan di suatu tempat yang nantinya akan melakukan kunjungan kembali yang didasari dari Kualitas Layanan pada masyarakat itu sendiri.

2. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Universitas Trunojoyo Madura sebagai koleksi kumpulan penelitian yang nantinya bisa digunakan dalam acuan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah pemahaman ilmu dan menjadi salah satu cara untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan, khususnya pada ilmu Manajemen Pemasaran. Serta dapat dijadikan perbandingan atau pembandingan untuk faktor – faktor yang mempengaruhi citra destinasi.

4. Bagi pembuat kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi manajemen atau pengelola setempat dalam pengembangan Museum Keraton Sumenep sebagai destinasi wisata yang dapat diminati oleh segala kalangan dan dapat menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata yang lebih baik lagi oleh pemerintah atau lembaga terkait lainnya.