

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang cukup menjanjikan. Industri kepariwisataan yang dipelihara dengan baik akan memberikan dampak positif bagi pelaku wisata/pekerja wisata maupun pemerintah sebagai penyumbang APBD daerah. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keunggulan dalam sektor pariwisata. Penetapan pariwisata sebagai bisnis unggulan di Indonesia ini sejalan dengan laporan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* yang dilansir *World Economic Forum (WEF)* (dalam Wildadio, 2014) yang menyatakan bahwa Indonesia menonjol di kategori budaya dan warisan sejarah serta kekayaan dan keindahan alam. Indonesia juga diuntungkan oleh semakin meningkatnya minat wisatawan terhadap perjalanan wisata budaya. Kepariwisata akan secara terus menerus memberikan dorongan dan sumbangan kepada pelaksanaan pembangunan proyek-proyek di berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang dan ekonomi masyarakatnya. Hal tersebut cenderung terjadi di seluruh wilayah termasuk di pulau Madura.

Madura merupakan salah satu kepulauan yang terletak di Provinsi Jawa Timur yang terdiri dari 4 Kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan dan Sumenep. Madura merupakan sebuah kepulauan yang dikelilingi oleh lautan dan pantai, banyak tempat wisata yang menarik di pulau Madura khususnya wisata bahari yang tersebar di keempat kabupaten tersebut. Selain wisata bahari, Madura juga memiliki kekayaan wisata religi serta pariwisata berbasis budaya. Adanya keragaman wisata ini membuat Madura layak untuk dikunjungi sebagai salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur.

Salah satu kabupaten yang menjadi tujuan wisata di Madura ialah Kabupaten Bangkalan. Kabupaten ini terletak di bagian barat pulau Madura dan merupakan pintu gerbang menuju pulau Madura. Kabupaten Bangkalan yang dijuluki sebagai Kota Salak ini memiliki destinasi wisata yang cukup beragam.

Destinasi tersebut terbagi menjadi beberapa pilihan seperti; wisata pantai, wisata alam, wisata religi, wisata buatan serta wisata budaya dan sejarah. Banyaknya pilihan destinasi yang disajikan memungkinkan wisatawan untuk menjadikan Bangkalan sebagai kota tujuan wisata. Berikut adalah destinasi wisata di Kabupaten Bangkalan yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 1.1 Potensi Pariwisata Kabupaten Bangkalan

No	Jenis Wisata	Obyek Wisata	Lokasi (Kec.)
1.	Wisata Alam	Pantai Maneron	Sepulu
		Pantai Sirih Kemuning	Tanjung Bumi
		Pantai Rongkang	Kwanyar
		Gua Bintang	Bangkalan
		Wana Wisata Gunung Geger	Geger
		Gua Pote Jaddih	Socah
		Kawasan Mercusuar	Socah
2.	Wisata Budaya dan Sejarah	Karapan Sapi	Tersebar
		Situs Benteng Kolonial	
		Klenteng Cina	Bangkalan
		Museum Purbakala	Bangkalan
		Seni Bahrong	Geger
		Desa Wisata Batik Tulis	Tanjung Bumi
		Makam Syaikona Muhammad Kholil	Bangkalan
		Makam Air Mata Ibu	Arosbaya
		Kolla Langgudih	Bangkalan
3.	Wisata Minat Khusus	Agrowisata Kebun Jambu	Tersebar
		Agrowisata Kebun Salak	Tersebar
		Batik Tulis Madura	Tersebar
		Galangan Kapal Tradisional	Tanjung Bumi
		Taman Rekreasi Kota	Bangkalan

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangkalan

Kawasan wisata yang dirawat dengan baik akan memberikan dampak positif bagi pekerja wisata serta masyarakat di lingkungan wisata. Kedatangan wisatawan tidak hanya menguntungkan bagi penyedia jasa wisata tetapi juga memberikan dampak bagi perekonomian daerah. Namun perkembangan suatu kawasan wisata juga bergantung pada apa yang dimiliki kawasan tersebut untuk dapat ditawarkan kepada wisatawan. Hal ini tidak dapat dipisahkan dari pengelola kawasan wisata, sebagaimana dikatakan oleh Yoeti (dalam Prasetyo, 2016) bahwa berhasilnya suatu wisata hingga tercapainya industri pariwisata sangat bergantung pada tiga A (3A), yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Suatu destinasi harus memiliki

ketiga komponen di atas yang berpengaruh satu sama lain. Apabila ketiga komponen ini tidak terdapat dalam suatu destinasi wisata maka pelaku wisata harus melakukan pembenahan terhadap destinasi. Selain itu, apabila suatu destinasi wisata tidak dapat mengemas produk wisatanya dengan baik maka akan menurunkan tingkat kunjungan wisatawan.

Keadaan lain yang dapat memicu menurunnya jumlah kunjungan wisatawan adalah tidak terpenuhinya kebutuhan wisatawan dari kunjungannya pada destinasi wisata. Jika hal ini dibiarkan terus berlanjut maka akan berdampak pada munculnya masalah yang lebih kompleks. Menurut Baumgarten & Jean (dalam *World Travel & Tourism Council*, 2006), penurunan kunjungan wisatawan ke suatu destinasi cenderung akan mengakibatkan pengembangan ekonomi di suatu negara/daerah akan melemah, berkurangnya aktivitas pertemuan antara penyedia jasa wisata dan wisatawan, kamar di suatu hotel akan mengalami penurunan okupansi, serta pelaku wisata (pekerja wisata) baik sebagai pedagang di suatu destinasi wisata akan merasakan berkurangnya tingkat pendapatan. Berikut adalah jumlah kedatangan wisatawan yang dihimpun dari kunjungan pada objek wisata yang ada di Bangkalan:

Tabel 1.2 Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Bangkalan

Tahun	Jumlah Kunjungan	
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2011	2.486.676	729
2012	2.472.228	1.506
2015	1.735.985	113
2016	1.600.617	98

Sumber: Statistik Daerah Bangkalan

Dari tabel 2.1 dapat diketahui bahwa angka kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara di Kabupaten Bangkalan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini berbanding terbalik dengan kunjungan wisatawan pada wisata religi dan wisata alam yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Oleh karena itu perlu adanya suatu upaya pembenahan untuk menarik minat pengunjung, sehingga angka kunjungan wisatawan di Kabupaten Bangkalan akan meningkat.

Menurut Hermantoro (2011), kebutuhan wisatawan akan pengalaman menjadi lebih dominan di kemudian hari. Pola wisatawan telah berubah dari *buying product* menjadi *buying experience*. Senada dengan pernyataan tersebut, Tan, dkk (dalam Damayanti, 2015) perubahan paradigma berwisata juga disebabkan oleh wisatawan yang membutuhkan untuk dapat lebih interaktif dan berusaha memenuhi pengalaman bukan hanya sekedar menjadi wisatawan yang dilayani oleh industri pariwisata. Oleh karena itu, pelaku wisata perlu menciptakan destinasi wisata yang dapat memberikan pemenuhan kebutuhan bagi wisatawan. Jika wisatawan memiliki persepsi yang baik mengenai sebuah wisata, maka wisatawan dapat memunculkan perilaku berkunjung pada destinasi wisata tersebut. Hal inilah yang kemudian disebut dengan keputusan berkunjung.

Pengertian keputusan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2018) adalah segala sesuatu atau perihal yang berkaitan dengan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan dan sebagainya). Sedangkan pengertian berkunjung menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2018), berkunjung memiliki kata dasar kunjung yang berarti pergi (datang) untuk menengok (menjumpai dan sebagainya). Arti lain dari berkunjung adalah bepergian atau melawat. Sehingga keputusan berkunjung berarti segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan atau difikirkan) untuk pergi (datang) ke suatu tempat untuk melakukan kegiatan wisata.

Pengertian serupa juga dikemukakan oleh Mathieson dan Wall, Shaw dan William dalam Pitana dan Gayatri (dalam Rizal dan Ramadhan, 2016) yang menyatakan bahwa keputusan untuk melakukan perjalanan wisata adalah keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Namun pembelian dalam konteks pariwisata mempunyai beberapa keleluasaan, paling tidak dalam hal-hal di bawah ini: a) Produk yang dibeli adalah produk *intangible*, berupa pengalaman (*experience*). Meskipun ada bagian dari produk yang *tangible* (seperti cenderamata), tetapi preparasinya sangat kecil terhadap total nilai pembelian. b) Nilai pembelian umumnya besar, umumnya jauh lebih besar dibandingkan dengan pembelian barang-barang umum lainnya. c)

Pembelian tidak bersifat spontan. Perjalanan wisata umumnya direncanakan jauh hari sebelumnya, termasuk perencanaan aspek finansial, pemilihan jenis akomodasi, transportasi dan seterusnya. d) Untuk menikmati produk yang dibeli, wisatawan harus mengunjungi daerah tujuan wisata secara langsung, berbeda dengan produk lain yang dapat dikirim kepada pembeli. e) Bagi sebagian wisatawan, mereka tidaklah *distance minimized*, bahkan menganggap perjalanan panjang sebagai bagian penting dari produk wisata yang dibeli.

Dalam memutuskan segala sesuatu, wisatawan perlu berbagai alternatif pilihan. Keputusan diambil berdasarkan pertimbangan terlebih dahulu serta terdapat faktor yang memengaruhinya. Proses pengambilan keputusan yang dilakukan wisatawan untuk berkunjung menurut Hollensen (2010), dipengaruhi oleh variabel psikologi (*psychological variable*) diantaranya yaitu kebutuhan (*need*), persepsi (*perception*), memori (*memory*), dan sikap (*attitudes*). Minat wisatawan untuk berkunjung didasari dengan kebutuhan untuk berwisata, ingatan mengenai memori sebelumnya, persepsi yang baik mengenai destinasi tersebut sehingga wisatawan akan berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada kerabatnya apabila suatu destinasi tersebut memiliki kesan yang baik.

Faktor pertama dalam keputusan berkunjung adalah kebutuhan. Pelaku wisata dapat memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu destinasi yang dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung. Menurut Hermantoro (2011), pada awalnya kebutuhan akan pengalaman lebih berbasis pada kebutuhan pengalaman fisik, ini ditunjukkan oleh jenis kegiatan berwisata yang lebih berupa fisik, antara lain dalam bentuk mengunjungi pantai untuk sekedar berjemur dan mengunjungi obyek wisata untuk sekedar berfoto. Saat ini paradigma tersebut telah berubah, wisatawan menginginkan lebih dari itu, dan ini menghasilkan tuntutan baru untuk mendapatkan kekayaan dari perjalanannya. Wisatawan kemudian menuntut untuk dapat menjadi bagian dari masyarakat lokal, mereka mempelajari adat-istiadat, budaya, dan pengetahuan lokal masyarakat setempat. Wisatawan kemudian merasa perlu untuk menjadi konsumen sekaligus produsen, dan ini merupakan ciri pariwisata kreatif.

Faktor kedua adalah persepsi, menurut Hollensen (2010), persepsi adalah proses dimana individu memilih, mengatur dan menafsirkan informasi. Oleh karenanya destinasi wisata harus dapat memberikan kesan yang baik sehingga wisatawan memunculkan persepsi yang positif mengenai destinasi tersebut. Faktor ketiga adalah memori, menurut Hollensen (2010), wisatawan juga selektif dalam apa yang mereka ingat. Dengan demikian, mereka cenderung mempertahankan informasi yang mendukung apa yang mereka percayai. Apabila suatu destinasi yang pernah dikunjungi memberikan kesan yang positif maka wisatawan akan cenderung lebih mengingatnya. Dengan begitu wisatawan akan melakukan kunjungan ulang terhadap destinasi tersebut. Faktor terakhir yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah perilaku. Menurut Hollensen (2010), perilaku wisatawan dapat memiliki tiga komponen yang dapat mempengaruhi perilaku wisatawan untuk keputusan berkunjung yaitu kognitif, afektif dan perilaku (*behavioral*). Tujuan wisatawan melakukan kunjungan ke sebuah destinasi wisata karena mereka ingin merasakan pengalaman yang menarik serta memenuhi kebutuhan untuk berwisata. Jika kebutuhan tersebut terpenuhi dari wisata yang dikunjungi, mereka akan menyebarkan pengalaman tersebut melalui promosi dari mulut ke mulut. Apabila pengalaman tersebut membuat mereka merasa puas maka akan terjadi pengulangan kembali kunjungan wisatawan.

Di negara maju, kegiatan pariwisata sudah menjadi kebutuhan pokok ketiga setelah pangan dan papan. Semakin meningkat kemakmuran suatu masyarakat atau bangsa, akan mendorong semakin meningkatnya kebutuhan untuk berwisata (Tambunan dalam Kartawan, 2010). Hal ini merupakan potensi bagi setiap negara untuk membangun perekonomian melalui pengembangan pariwisata. Di Kabupaten Bangkalan sendiri, pariwisata bukanlah hal yang baru ramai dibicarakan. Bangkalan sesungguhnya telah dikenal luas hingga ke seluruh Indonesia terkait dengan kekayaan wisata religinya. Menurut Setiawaty (2017), Bangkalan memiliki wisata religi yang sudah dikenal luas hingga ke seluruh Indonesia, yaitu makam Syaichona Cholil yang ada di Bangkalan.

Namun meskipun begitu, tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Bangkalan masih mengalami penurunan setiap tahunnya.

Selama ini wisatawan yang datang ke Kabupaten Bangkalan hanya mengunjungi wisata religi, wisata alam dan wisata kuliner saja. Mereka tidak begitu melirik keberadaan kampung batik yang ada di Tanjungbumi, museum Cakraningrat, maupun pergelaran karapan sapi Madura. Meskipun banyak wisatawan yang datang namun jumlahnya sangat jauh dibandingkan kunjungan pada wisata religi. Berikut merupakan data kunjungan wisatawan pada wisata religi, wisata alam dan wisata kreatif yang ada di Bangkalan:

Tabel: 1.3 Kunjungan Wisatawan di Bangkalan Tahun 2015 dan 2016

Objek Wisata	Lokasi	2015		2016	
		Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman
Makam Syaichona Kholil	Bangkalan	849.936	19	883.768	28
Makam Aer Mata Ibu	Arosbaya	828.193	36	668.820	67
Taman Rekreasi Kota	Bangkalan	32.779	-	30.206	-
Wisata Bukit Jaddih	Socah	3.603	7	3.013	-
Karapan Sapi	Bangkalan	2.945	39	1.741	2
Museum Cakraningrat	Bangkalan	1.686	-	677	-
Desa Wisata Batik Tanjungbumi	Tanjungbumi	-	-	-	-

Sumber: Statistik Daerah Bangkalan 2017

Berdasarkan data di atas, kunjungan wisatawan pada wisata religi menduduki angka tertinggi dengan jumlah 3.230.867 pengunjung, kunjungan pada wisata alam menunjukkan angka 69.605 pengunjung dan jumlah kunjungan terendah ada pada wisata kreatif dengan jumlah 7.094 pengunjung.

Hingga saat ini, wisata religi masih menduduki angka kunjungan tertinggi. Padahal, Kabupaten Bangkalan tidak hanya memiliki wisata religi saja. Wisatawan dapat mengunjungi berbagai alternatif wisata lain yang tidak kalah menarik. Data di atas menunjukkan bahwa minat wisatawan masih sangat minim terhadap wisata kreatif. Oleh karenanya Kabupaten Bangkalan perlu melakukan terobosan baru untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Senada dengan pernyataan kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bangkalan, (Setiawaty, 2017) yang menyatakan bahwa di Bangkalan juga perlu dikembangkan wisata budaya, karena sektor ini ternyata cukup menjanjikan.

Pariwisata kreatif dipilih sebagai upaya untuk mengembangkan kebudayaan yang ada di Kabupaten Bangkalan. Keinginan wisatawan untuk melihat atraksi wisata interaktif dengan pengalaman yang dapat dirasakan langsung dapat dipenuhi melalui pariwisata kreatif dimana wisatawan tidak lagi pasif tetapi menjadi aktif dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pariwisata kreatif itu sendiri dipahami sebagai kegiatan kepariwisataan yang melibatkan interaksi dari pendatang, sehingga pendatang dapat belajar, berhubungan secara emosional, sosial, dan interaksi partisipatif dengan tempat, budaya dan masyarakat lokal. Definisi ini juga memberikan batasan pariwisata kreatif berupa adanya pengalaman otentik yang dirasakan wisatawan, adanya pembelajaran secara partisipatif, interaktif, dan informal, tidak bersifat massal, dan berhubungan erat dengan masyarakat lokal (Hermantoro, 2011). Pariwisata kreatif yang ada di Bangkalan diantaranya adalah: kampung batik di desa Paseseh Kecamatan Tanjung Bumi, sentra penjual batik di sekitar Jembatan Suramadu, pergelaran karapan sapi carteran serta menghidupkan kembali museum Cakraningkat yang berada di pusat kota Bangkalan.

Pariwisata kreatif yang akan diteliti pada penelitian ini berjumlah 3, yaitu pertunjukkan karapan sapi, Museum Cakranigrat yang berada di pusat kota Bangkalan serta desa wisata batik tulis yang berada di Kecamatan Tanjungbumi. Peneliti memilih ketiga lokasi tersebut dikarenakan beberapa alasan. Alasan utama dikarenakan menurut data statistik Kabupaten Bangkalan, ketiga pariwisata tersebut merupakan pariwisata kreatif paling populer yang ada di Bangkalan. Selain itu juga di dukung oleh pernyataan dari kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Bangkalan yang menyatakan bahwa, “lembaganya berencana melaksanakan karapan sapi 3 kali di 2018 mendatang. Tujuannya, mendongkrak kunjungan wisatawan ke Kota Salak. Juga untuk mempromosikan destinasi wisata lainnya (termasuk wisata batik dan museum).” Kabid Kebudayaan Disbudpar Bangkalan, Hendra Gemma Dominan menambahkan, “kunjungan wisatawan karapan sapi nantinya akan dibentuk dalam sistem paket. Wisatawan yang akan berkunjung sudah memiliki jadwal karapan sapi yang akan digelar. (<https://radarmadura>.

jawapos.com/read/2017/11/22/28653/pergelarankarapan-sapi-jadi-program-prioritas).

Upaya promosi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tersebut berupaya untuk memperbaiki kesan negatif mengenai pariwisata di Kabupaten Bangkalan. Apabila dari kunjungannya terhadap suatu destinasi wisatawan dapat terpenuhi kebutuhannya, memiliki persepsi yang baik terhadap pariwisata kreatif serta mengingatnya sebagai salah satu jenis pariwisata yang menarik, wisatawan akan memunculkan sikap berkunjung pada destinasi pariwisata kreatif yang ada di Kabupaten Bangkalan. Promosi tersebut mendapat respon yang baik dari wisatawan yang dibuktikan dengan angka kunjungan wisatawan meningkat pada tahun berikutnya. Berikut merupakan tabel kunjungan wisatawan di Kabupaten Bangkalan:

Tabel 1.4 Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Bangkalan

Tahun	Jumlah Kunjungan	
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
2011	2.486.676	729
2012	2.472.228	1.506
2015	1.735.985	113
2016	1.600.617	98
2017	1.693.201	137

Sehingga pemilihan lokasi penelitian ini dianggap cocok dan penting untuk diteliti sebab akan menjadi bentuk dukungan terhadap kebijakan pemerintah mengenai pengembangan pariwisata kreatif yang ada di Kabupaten Bangkalan. Selain itu, Desa wisata batik yang berada di Tanjung Bumi tidak hanya menjual beragam batik dengan motif khas pesisir, tetapi juga sekaligus memberikan kesempatan belajar membatik bagi wisatawan. Pengadaan pagelaran karapan sapi carteran, desa wisata batik, sentra penjual batik dan merevitalisasi Museum Cakraningrat dapat menjadi sebuah atraksi wisata yang memiliki keunikan dan nilai kebudayaan yang menjadi sasaran atau tujuan wisata dalam pariwisata kreatif di Kabupaten Bangkalan. Sehingga wisatawan yang datang akan mengulang kembali kunjungannya serta merekomendasikan tempat wisata yang pernah dikunjungi kepada teman, ataupun keluarga

mengenai keseruan dan pengalaman yang diperoleh selama berkunjung. Hal ini juga merupakan promosi dari mulut ke mulut yang dihasilkan dari kunjungan wisata, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata di Kabupaten Bangkalan yang sesuai dengan faktor-faktor dalam keputusan berkunjung yakni kebutuhan, persepsi, memori serta sikap.

Penelitian mengenai pariwisata kreatif sebelumnya pernah dilakukan oleh Maya Damayanti dan Latifah pada tahun 2015 dengan judul Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik. Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi kota pekalongan dalam mengembangkan sektor pariwisatanya melalui pengembangan kampung batik. Teknik penelitiannya menggunakan metode kualitatif. Data dan sumber data diperoleh observasi kegiatan pada museum batik dan kampung serta wawancara terhadap pemangku kebijakan, pengelola museum dan pelaku industri batik. Hasilnya, pariwisata kreatif berbasis batik ini sangat unik dan memiliki kedudukan yang strategis di kota Pekalongan yang merupakan salah satu sentra industri batik di Pulau Jawa.

Sedangkan penelitian mengenai keputusan berkunjung pernah dilakukan oleh Gani Hamdani pada tahun 2016 dengan judul, “Pengaruh *Destination Image* Kota Bandung Sebagai Destinasi Wisata Belanja dan Kuliner Terhadap Keputusan Berkunjung (Survey Terhadap Wisatawan Mancanegara yang Mengunjungi Kawasan Wisata Belanja dan Kuliner Kota Bandung).” Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh *destination image* Kota Bandung sebagai destinasi wisata belanja dan kuliner terhadap keputusan berkunjung wisatawan mancanegara. Teknik penelitiannya menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden wisatawan mancanegara yang mengunjungi wisata belanja dan kuliner Kota Bandung dengan teknik *sampling* yang digunakan yaitu *systematic random sampling* untuk populasi bergerak (*mobile sampling*). Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan *destination image* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung dan secara parsial terdapat 3 dimensi yaitu atraksi (*attraction*), nilai uang (*value for money*) dan kesenangan (*enjoyment*).

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian sebelumnya terletak pada latar belakang permasalahan, sampel dan lokasi penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi destinasi pariwisata kreatif yang ada di Kabupaten Bangkalan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui “Pengaruh Pariwisata Kreatif Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kabupaten Bangkalan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh pariwisata kreatif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pariwisata kreatif terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini, baik manfaat teoretis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan ilmu pengetahuan bagi ilmu Psikologi pada umumnya dan Psikologi Sosial serta Psikologi Lingkungan pada khususnya terutama mengenai pariwisata kreatif dan keputusan berkunjung.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan bagi subjek mengenai pariwisata kreatif maupun keputusan berkunjung.

b. Penelitian Selanjutnya

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut serta dapat dijadikan referensi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis atau memiliki kesamaan.

.