

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia dan merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara. Banyak negara yang bergantung pada industri pariwisata sebagai sumber pajak negara dan sebagai pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Pariwisata menjadi salah satu primadona bagi negara-negara dalam meningkatkan sumber pendapatannya diluar dari migas dan pajak. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata ini menjadi salah satu strategi yang dipakai oleh organisasi non-pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang-orang non lokal (Marpaung, 2016).

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang cukup menjanjikan. Seiring dengan tren pariwisata yang semakin baik, pariwisata Indonesia saat ini juga terus berkembang sebagai akibat dari kebijakan pemerintah yang menjadikan sektor pariwisata sebagai roda perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, meningkatkan investasi yang dapat menciptakan lapangan kerja serta mendapatkan lebih banyak devisa. Implementasi pengembangan pariwisata yang dilakukan Indonesia ialah menjalankan program Visit Indonesia yang dicanangkan sejak tahun 2008 dan dilanjutkan hingga sekarang dengan *branding* “*Wonderful Indonesia*” atau “Pesona Indonesia” (Saleh, dkk, 2019). Saat ini Indonesia sebagai salah satu negara berkembang mulai mempromosikan negaranya guna menarik pandangan mata dunia lain, hal ini dimaksudkan agar Indonesia semakin terkenal bagi negara lain untuk berkunjung ke Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan jumlah pulau terbesar di dunia. Sebagai negara kepulauan, Indonesia mempunyai peluang besar untuk industri pariwisata.

Secara etimologis, terdapat perbedaan istilah konsep pariwisata yang digunakan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Dalam Bahasa Indonesia, dikenal sejumlah istilah yaitu “pariwisata” dan “kepariwisataan”. Sementara itu, dalam Bahasa Inggris hanya dikenal istilah *tourism*. Sebagaimana diketahui, di dalam pasal 1 ayat 1, 3 dan 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (UU Pariwisata) dijelaskan definisi masing-masing istilah dimaksud sebagai berikut, Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan kepariwisataan dan bersifat multimendasi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha (Alifiyah, 2019).

Menurut Wardiyanta (2010) terlaksananya kegiatan pariwisata tergantung pada adanya interaksi antara wisatawan dan objek wisata yang didukung dengan adanya berbagai sarana dan prasarana pariwisata. Keseluruhan kegiatan interaksi yang terlaksana didukung dalam memahami wisatawan terutama dari aspek-aspek psikologis, diharapkan pemahaman tersebut dapat memenuhi kebutuhan wisatawan maupun dijadikan sebagai salah satu bahan acuan dalam pengembangan objek pariwisata tersebut. Faktor-faktor psikologi yang berasal dari dalam wisatawan akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian wisatawan sehingga wisatawan akan memilih tempat yang sangat penting dalam mendukung berkembangnya suatu wisata. Sejumlah langkah strategis tengah dilakukan pemerintah untuk memajukan pariwisata, baik perbaikan infrastruktur maupun akses dan sumber daya manusia di bidang pariwisata. Bersamaan dengan itu tiap tahun pemerintah menargetkan kedatangan wisatawan mancanegara, dimana untuk tahun 2020 pemerintah menargetkan kedatangan wisatawan mancanegara

dinaikkan menjadi 20 juta pada 2020. Setiap provinsi dan kabupaten di Indonesia berlomba-lomba untuk menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara (Alfiyah, 2019).

Dalam meningkatkan jumlah wisatawan pengelolaan kegiatan pariwisata sangat diperlukan dalam rangka menarik wisatawan untuk tinggal lebih lama di daerah wisata tujuan. Makin lama wisatawan tinggal berada di suatu tempat wisata akan meningkatkan pengeluaran mereka, sehingga akan meningkatkan pengeluaran mereka, sehingga akan membangkitkan perusahaan jasa transportasi, hiburan, akomodasi, dan jasa lainnya. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam. Pengembangan disini merupakan pengelolaan, pemanfaatan dan pelestarian setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkai menjadi satu daya Tarik wisata. Oleh karena itu pemanfaatan dan pengelolaan potensi pariwisata yang dimiliki daerah juga dikelola oleh masing-masing daerah. Salah satunya juga pengelolaan dan pengembangan yang dilakukan di pulau Madura yang memiliki banyak potensi keindahan dan kekayaan alam. Madura merupakan salah satu wilayah yang memiliki beberapa pulau yang terletak disebelah utara provinsi Jawa Timur dan luasnya 5.250 km². Secara administrasi, Madura menjadi wilayah provinsi Jawa Timur yang dibagi menjadi empat kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Pulau Madura juga dikelilingi pulau-pulau yang lebih kecil yaitu Pulau Kambing, Gili Raja, Genting, Puteran, Iyang, Sapudi, dan Raas. Mengenai jumlah penduduk tidak ada yang pasti (Rochana, 2012). *Hidden Paradise* merupakan istilah yang sesuai dengan pulau Madura yang memiliki beragam potensi wisata mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata budaya, serta wisata religinya yang tersebar di empat Kabupaten yakni Sumenep, Pamekasan, Sampang, dan Bangkalan. Dalam wisata alamnya, Madura memiliki batu kapur Jaddih di Kabupaten Bangkalan, di Kabupaten Sampang memiliki pemandian potre koneng, air terjun toroan, hutan mangrove, hutan kera, di Kabupaten Pamekasan memiliki pantai kerbuy, wisata batu kapur Tamberru, bukit cinta, sementara di Kabupaten Sumenep memiliki

taman sare, pantai salopeng, pantai lombang, gili labak, pantai sembilan, dan masih banyak lagi yang lainnya (Arifin, 2017).

Secara geografis Kabupaten Sumenep terletak pada $113^{\circ}13'54''$ - $116^{\circ}16'48''$ BT dan $4^{\circ}55'$ - $7^{\circ}24'$ LS. Kabupaten Sumenep merupakan Kabupaten yang terdiri dari banyak pulau dan termasuk wilayah yang menerima pengaruh dari berbagai kebudayaan (Fachruddin dan Efendy, 2011). Kabupaten Sumenep dibagi menjadi dua kategori, yaitu wilayah darat (57,79%) dan wilayah kepulauan (45,21%). Sebesar 70% masyarakat Kabupaten Sumenep tinggal di wilayah darat, sedangkan sisanya tersebar di berbagai pulau. Keadaan tersebut menjadi tantangan bagi pemerintah dalam menjalankan roda pemerintahan. Terdapat kurang lebih 126 pulau yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Sumenep, dimana 48 diantaranya berpenghuni. Jarak, prasarana, dan kondisi geografis menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah Kabupaten Sumenep (Pemkab Sumenep, 2019). Berdasarkan berita dari seputar Madura tahun 2017, pengembangan pariwisata yang maju dan cukup terkenal terjadi di Kabupaten Sumenep yang saat ini berhasil menduduki di peringkat ke-5 dari 38 Kabupaten atau Kota di Jawa Timur setelah Kota Surabaya, Kabupaten Malang, Kota Batu, dan Kabupaten Banyuwangi. Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Sumenep juga telah melakukan pemetaan terhadap beberapa lokasi wisata yang ada di Kabupaten Sumenep. Berdasarkan berita dari news Madura tahun 2017, salah satunya pantai sembilan di Pulau Gili Genting, yang merupakan sebagai salah satu diantara 3 (tiga) destinasi unggulan di Kabupaten Sumenep yang dijadikan sebagai wisata andalan dalam program “*Visit Sumenep 2018*”.

Pulau Gili Genting ini merupakan pulau yang berada dikawasan Kabupaten Sumenep dan terletak di sebelah tenggara Pulau Madura dengan luas mencapai 30,31 km persegi, dan Kecamatan Gili Genting ini dibentuk pada tanggal 7 April 1982, sebagai hasil dari pemekaran Kecamatan Bluto. Sektor wisata Pantai Sembilan merupakan sektor utama sebagai potensi unggulan dan kekayaan alam yang dimiliki warga Desa Bringsang Kecamatan Gili Genting sekaligus sebagai pembangun dan roda penggerak perekonomian masyarakat disana. Secara umum

masyarakat di Gili Genting memang banyak mengadu nasib ke kota-kota besar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal tersebut sudah berlangsung lama berawal sekitar tahun 1990-an. Sehingga hal tersebut juga berdampak pada perekonomian Desa. Namun, seiring berjalannya waktu sejak tahun 2016 masyarakat Desa Bringsang sadar akan adanya potensi objek wisata di desa mereka (Suadah, 2019).

Pantai sembilan yang terletak di Desa Bringsang Pulau Gili Genting merupakan salah satu jenis wisata bahari yang terletak di sebuah pulau kecil Madura, tentunya suatu objek wisata apabila terletak di suatu pulau akan meningkatkan ekspektasi masyarakat akan dampak yang diberikan dengan adanya objek wisata baru (Malia dan Hanafi, 2018). Pantai ini awalnya dinamakan pantai Bringsang. Namun, karena memiliki bentuk menyerupai angka sembilan jika dilihat melalui foto udara, maka pantai tersebut kemudian lebih populer dengan sebutan pantai sembilan. Menurut Alfiyah (2019), Pantai sembilan merupakan pantai yang terbentuk karena ada cekungan di pinggir pantai yang menyerupai angka sembilan, lahan pantai tersebut merupakan milik pribadi bapak Sultan yang sedang menjabat Kepala Desa Bringsang periode kedua, beliau membangun pantai sembilan dengan dana pribadinya. Berdasarkan data yang ada pada infografik desa di desa Bringsang, pada tahun 2017 terdapat dana sebesar Rp.50.000.000,- yang digunakan untuk pembangunan BUMDes. Sejauh ini pembangunan fisik Pantai Sembilan memang belum pernah mendapat kucuran dari pemerintah. Tetapi, bukan berarti di pantai tersebut tidak ada pembangunan. Justru pembangunan berjalan pesat dan telah tersedia berbagai penunjang wisata yang diupayakan pemerintah untuk menarik wisatawan baik mancanegara maupun lokal. Menurut Kepala BUMDes Bringsang, banyak bantuan yang diperoleh dari pihak swasta diantaranya adalah PT. Santos yang membangun Musholla dan 4 unit kamar mandi, PT. BRI yang membangun 2 unit kios untuk *food court* serta tulisan pantai sembilan yang dijadikan *Icon* Wisata Pantai Sembilan.

Menurut Alifiyah (2019), jumlah kunjungan wisatawan yang tertera dalam tabel pengunjung obyek wisata Pantai Sembilan tahun 2016-2018 di bawah ini :

2016		2017		2018	
WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS
-	-	464	75.311	785	33.700

Tabel 1.1 Kunjungan Obyek Wisata Pantai Sembilan 2016-2018

Menurut Malia dan Hanafi (2018), wisatawan yang berkunjung ke pantai sembilan memang disarankan menggunakan kendaraan pribadi berupa sepeda motor karena memungkinkan diangkut menggunakan perahu penyebrangan. Wisatawan memang harus menggunakan akses penyebrangan melalui jalur laut. Dibutuhkan waktu sekitar 30 menit sampai 45 menit menggunakan perahu motor kecil jika berangkat dari pelabuhan Tanjung, Saronggi, Sumenep atau pelabuhan Pagar Batu, Bluto dengan biaya sewa sekitar Rp.10.000,- per penumpang, dengan tambahan Rp.10.000,- jika ada motor sebagai barang bawaan. Setelah sampai di Pelabuhan Bringsang, perjalanan bisa dilanjutkan dengan menggunakan menumpang kendaraan roda dua (ojek) atau berjalan kaki jika wisatawan lebih ingin mengeksplorasi keindahan pulau tersebut. Tidak jauh dari lokasi pantai sembilan, juga terdapat objek wisata bahari lainnya, yaitu Pantai Miring dan Pantai Wangi (warga sekitar menyebutnya sebagai Pantai Room). Sama seperti Pantai Sembilan, kedua pantai ini juga masih memiliki nuansa alam yang asri sehingga bisa dijadikan destinasi wisata alternatif ketika berkunjung ke Pulau Gili Genting. Pantai Sembilan bisa di bilang sebagai objek wisata yang ekonomis karena pengunjung tidak dikenakan tiket masuk untuk bisa berwisata ke tempat tersebut. Jika wisatawan ingin mengisi perut yang kosong dan kebetulan tidak membawa bekal dari rumah, bisa menikmati beberapa dagangan yang disajikan disekitar objek wisata. Meski begitu, pengelola setempat sedikit demi sedikit telah menyediakan fasilitas penunjang, seperti saung di pinggir pantai untuk bersantai, arena bermain anak seperti ayunan, mushalla, kamar mandi, *food court*, spot foto, dan tempat menginap (*cottage*). Dengan adanya fasilitas-fasilitas yang tersedia di wisata pantai Sembilan, memunculkan harapan wisatawan untuk pencapaian tujuannya agar dapat menikmati keindahan wisata pantai Sembilan beserta fasilitas yang disediakan sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Lemy (2018), profil wisatawan merupakan karakter khusus dari beragam harapan wisatawan yang terkait dengan variasi kebiasaan melakukan perjalanan wisata, sesuai dengan permintaan dan kebutuhan mereka berdasarkan karakternya yang termasuk: (a). Asal negara, (b). Usia, jenis kelamin, dan status pernikahan, (c). Kelompok sosial ekonomi berdasar pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan, (d). Kelompok atau grup dan individu (Foreign Individual Tourist/FIT). Harapan adalah suatu sikap yang dicirikan dengan suatu pengharapan akan hasil atau peristiwa yang baik dan menyenangkan (Chaplin, 2011). Menurut Carr (2004) harapan adalah keseluruhan dari kemampuan yang dimiliki individu untuk menghasilkan jalur pencapaian tujuan yang diinginkan, bersamaan dengan motivasi yang dimiliki untuk menggunakan jalur-jalur tersebut. Weil (2000) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harapan, yaitu dukungan sosial, kepercayaan religius, dan kontrol, sebagai berikut adalah penjabaran masing-masing faktor : (a). Sejauh mana hasil atau tujuan dinilai, (b). Pemikiran tentang kemungkinan jalur menuju tujuan dan harapan terkait tentang caranya efektif, ini akan mencapai hasil atau tujuan, dan (c). Pemikiran tentang hak pilihan pribadi dan seberapa efektif seseorang dalam mengikuti jalan menuju tujuan.

. Menurut Iskandar (2012) faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pembentukan perilaku sosial adalah faktor lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Faktor lingkungan fisik yang mempengaruhi penghuni untuk menuju objek jaringan sosialnya adalah variabel-variabel: jarak ke tempat tujuan (objek jaringan sosial) pada hari kerja, kenyamanan dalam perjalanan, dan kepadatan lalu lintas. Sedangkan faktor lingkungan fisik yang mempengaruhi pada penghuni untuk melakukan perilaku jaringan sosial adalah : kepadatan dan kenyamanan permukiman, kebersihan dan kondisi lingkungan. Faktor lingkungan sosial yang memiliki peranan terhadap penghuni untuk melakukan perilaku jaringan sosial adalah variabel-variabel: status sosial ekonomi, keberadaan atau lokasi objek jaringan sosial yang dekat, dan hubungan kedekatan jaringan sosial.

Sejalan dengan pendapat Carr (2004) yang mengkonsepkan harapan secara psikologis ke dalam dua komponen, yaitu kemampuan untuk merencanakan jalur untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan *agency* atau motivasi untuk menggunakan jalur tersebut. Harapan merupakan keseluruhan dari kedua komponen tersebut. Berdasarkan konsep ini, harapan akan menjadi lebih kuat jika harapan ini disertai dengan adanya tujuan bernilai yang memiliki kemungkinan untuk dapat dicapai, bukan sesuatu yang mustahil dicapai.

Pendapat lainnya mengatakan bahwa harapan adalah sekumpulan proses kognitif berdasarkan pada hubungan timbal balik antara kemauan dan jalan untuk mencapai tujuan (Synder, 1996). Dalam konsep ini, harapan mengacu pada *goals* dan memperluas pandangan sebelumnya yang berguna untuk memperjelas proses kognitif mengenai harapan. *Goals* ini merupakan target yang diinginkan dari satu pemikiran harapan. Schrank, Woppmann, Sibitz dan Lauber (2010) bahwa harapan adalah variabel positif yang mempengaruhi berbagai hasil kesehatan dan merupakan 20 aktor penting dalam psikiatri maupun psikoterapi. Individu yang memiliki harapan baik, maka akan menimbulkan perasaan positif yang berdampak terhadap emosi dan kesehatannya. Harapan juga merupakan ekspektasi yang berorientasi masa depan.

Berawal dari harapan seorang wisatawan akan tempat wisata yang ingin dikunjungi, dimana dari harapan yang mereka miliki pasti terdapat suatu rencana untuk mencapai harapan atau suatu hal yang ingin dituju. Adapun cara yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan yakni mengidentifikasi alternatif-alternatif yang dipilih untuk mencapai tujuan. Perihal tersebut termasuk pada salah satu unsur-unsur pengambilan keputusan. Menurut Eryani (2013), pengambilan keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan dengan memilih alternatif-alternatif yang ada sehingga terjadi keputusan yang untuk dilaksanakan kemudian. Sementara menurut Terry (2016), definisi pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih. Eryani (2013) dalam penelitiannya mengemukakan terdapat beberapa faktor dalam proses pengambilan keputusan berkunjung seperti: (a). Karakteristik wisatawan “setiap manusia lahir dengan karakternya masing-masing, begitu juga

dengan wisatawan yang karakternya tidak sama satu dengan yang lainnya”, (b). Kesadaran akan manfaat perjalanan “setiap wisatawan butuh kesadaran akan manfaat dari sebuah perjalanan wisata yang akan mereka lakukan”, (c). Gambaran perjalanan “ketika seseorang berencana melakukan perjalanan wisata, setidaknya mereka akan memikirkan bagaimana perjalanan mereka nanti”, (d). Keunggulan daerah tujuan wisata yang akan menjadi pertimbangan bagi setiap wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata “biasanya para calon wisatawan ketika ingin mengunjungi suatu kawasan wisata mereka akan mencari tahu tentang keunggulan daerah tujuan wisata tersebut, sehingga keunggulan daerah tujuan wisata sangat mempengaruhi pengambilan keputusan”. Sehingga peneliti menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dicapai sesudah dilakukan pertimbangan dengan memilih alternatif-alternatif yang ada sehingga terjadi sebuah keputusan yang untuk dilaksanakan kemudian. Dalam sebuah pengambilan keputusan berwisata ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan tersebut. Faktor itu antara lain karakteristik wisatawan, kesadaran akan manfaat perjalanan, gambaran perjalanan, dan keunggulan daerah tujuan wisata.

Sebagaimana dapat dilihat dari penelitian Habibah (2018) mengatakan terdapat hubungan antara harapan subjek dengan kepuasan hidup, dan di dukung pula dengan penelitian Rahardian (2017) mengatakan terdapat korelasi positif yang signifikan antara persepsi diri dengan pengambilan keputusan dalam menentukan tujuan studi. Selain itu, sesuai dengan artikel Zaleszczyk & Kot (2015) mengatakan terdapat hubungan antara harapan untuk sukses dan kesulitan sebelum memulai proses pengambilan keputusan karir pada orang muda yang mempersiapkan transisi, individu dengan harapan yang lebih tinggi untuk sukses mengalami lebih sedikit kesulitan dalam membuat pilihan karir. Harapan untuk sukses mempengaruhi persepsi dan tindakan individu ketika membuat keputusan dan memulai kegiatan (Synder, 2005). Menurut Marpaung (2016), karena pada dasarnya motif kegiatan pariwisata adalah untuk mengisi waktu luang, bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan agama dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu, semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya,

baik secara fisik maupun psikis, dalam jangka waktu yang sementara maupun lama. Sedangkan dalam penelitian ini Arah hubungan yang positif (+) menandakan bahwa harapan berjalan searah dengan pengambilan keputusan wisatawan saat berkunjung, artinya semakin tinggi harapan maka pengambilan keputusan berkunjung kembali pada wisatawan di Pantai Sembilan Pulau Gili Genting semakin tinggi. Kekuatan hubungan antara harapan dengan pengambilan keputusan termasuk dalam hubungan korelasi sangat kuat. Berdasarkan (table 4.16) dapat dilihat bahwa koefisien korelasi berada pada interval 0,70, maka dapat dikatakan bahwa tingkat hubungan yang terjadi antara variabel harapan dengan pengambilan keputusan pada wisata yang berkunjung ke Pantai Sembilan adalah sangat kuat.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam tentang hubungan harapan wisatawan terhadap pengambilan keputusan berkunjung kembali ke wisata pantai sembilan di pulau Gili Genting, yang secara psikologis dari keunikan yang dimiliki oleh pantai sembilan yang terbentuk dari cekungan pasir putih yang berbentuk angka sembilan yang tidak dimiliki oleh pantai-pantai lainnya sehingga membuat wisatawan merasakan keindahan pantai sembilan. Selain itu, pantai sembilan terletak di sebuah pulau yang jauh dari kebisingan kota yang dapat membuat wisatawan yang berkunjung dapat me-*refresh* diri sehingga merasakan nyaman dan damai. Fasilitas dan sarana prasarana yang tersedia di pantai sembilan mendukung, sehingga dari kelebihan yang tersedia di pantai dapat memotivasi wisatawan untuk memiliki harapan yang ingin dilakukan saat berkunjung ke Pantai Sembilan Pulau Gili Genting kabupaten Sumenep. Karna keunikan yang dimiliki oleh pantai sembilan berbeda dengan pantai lainnya, dapat dijadikan Icon Madura dan bisa dikembangkan sehingga membuat peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat Hubungan Harapan Wisatawan terhadap Pengambilan Keputusan Berkunjung Kembali Ke Wisata Pantai Sembilan di Pulau Gili Genting ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Harapan Wisatawan terhadap Pengambilan Keputusan Berkunjung Kembali Ke Wisata Pantai Sembilan di Pulau Gili Genting.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu Psikologi Pariwisata, Psikologi Lingkungan dan Psikologi Budaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis terhadap :

a. Bagi Subyek

Wisatawan yang mengunjungi Wisata Pantai Sembilan dapat mendapatkan keuntungan berupa pengalaman dan kepuasan.

b. Bagi Pengelola

Sebagai masukan bagi pengelola untuk memperhatikan tentang Hubungan Harapan Wisatawan terhadap Pengambilan Keputusan Berkunjung Kembali Ke Wisata Pantai Sembilan di Pulau Gili Genting. Sehingga pengelola dapat menentukan langkah-langkah dalam pengembangan Wisata Pantai Sembilan di Pulau Gili Genting.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi para peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan tema penelitian ini.