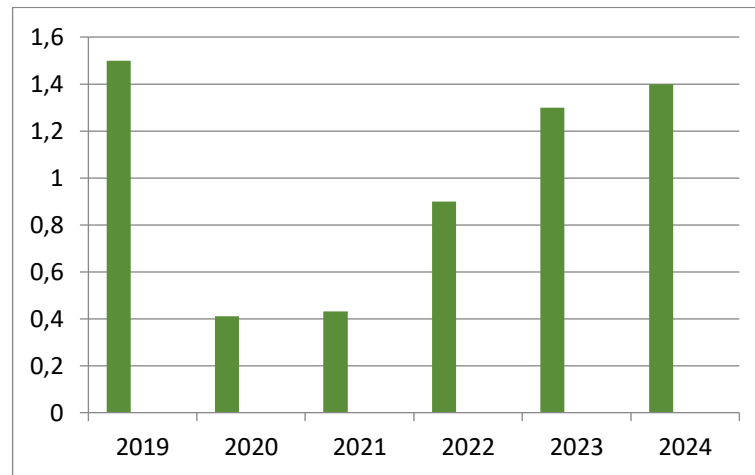


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran krusial dalam perkembangan ekonomi global, dengan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat. Pariwisata internasional, sebagai bagian dari proses pembangunan dan integrasi global, telah menjadi salah satu faktor berpengaruh yang menentukan pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing suatu negara di pasar dunia, dan peningkatan kesejahteraan penduduk (Kyrylov et al., 2020). Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi telah mempermudah akses serta ekspansi pasar pariwisata di berbagai negara, menjadikan industri pariwisata sebagai pusat perhatian dalam pembangunan ekonomi makro secara berkelanjutan (Gössling et al., 2020). Dalam era pasca-pandemi, destinasi wisata menghadapi tantangan eksistensial sekaligus peluang untuk membangun kembali industri wisata dengan pendekatan yang lebih berkelanjutan dan berfokus pada pengalaman. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi pariwisata yang efektif, didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap perilaku wisatawan dan citra destinasi, semakin menjadi kebutuhan strategis. Adapun jumlah kedatangan wisatawan internasional adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Kedatangan Wisatawan Internasional Global 2019-2024

Sumber: UN Tourism Data Dashboard, 2025

Berdasarkan grafik diatas, menunjukkan jumlah kedatangan wisatawan internasional global 2019-2024 dengan nilai mencapai puncak sebesar 1,5 pada 2019, mencerminkan kondisi optimal pra pandemi, sebelum mengalami penurunan drastis ke level terendah 0,4 pada tahun 2020 dan 2021 akibat dampak pembatasan perjalanan COVID-19. Pemulihan bertahap terjadi mulai tahun 2022 dengan nilai sebesar 0,9 naik stabil ke 1,3 pada tahun 2023 dan 1,4 pada tahun 2024, menunjukkan ketahanan sektor pariwisata pasca-krisis serta potensi loyalitas jangka panjang melalui penguatan citra dan pengalaman autentik (Vanga et al., 2025).

Pariwisata berperan penting dalam mendorong perekonomian dan pendapatan masyarakat. Potensi pariwisata di Indonesia perlu dimaksimalkan dengan baik. Hal ini disebabkan oleh perlunya perhatian lebih dari pemerintah daerah dan pusat dalam mengelola sumber daya alam dan manusia yang ada. Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi global paling penting, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat interaksi antarbudaya (Gonzalez,

2021) Di tingkat nasional, Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam industri pariwisata. Keunikan budaya dan keaslian produk lokal menjadi nilai tambah yang sering diangkat oleh destinasi pariwisata Indonesia. Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi serta kurang optimalnya aksesibilitas produk lokal bagi wisatawan. Penelitian kuantitatif dalam konteks nasional mengindikasikan perlunya fokus pada penguatan dimensi citra destinasi sebagai faktor pemberdayaan masyarakat sekaligus peningkatan kepuasan wisatawan guna mendukung loyalitas jangka panjang. Destinasi wisata alam tersebar luas di Indonesia, seperti Wisata Pantai yang sudah ada diberbagai daerah. Aktivitas Pantai yang menawarkan berbagai atraksi wisata seperti lokakarya dan wisata alam yang menjadi daya tarik, dan memungkinkan wisatawan untuk lebih memahami budaya lokal khususnya, dan memperdalam pengetahuan keterlibatan dengan masyarakat. Wisata Pantai Indonesia mengandung nilai-nilai luhur dan nilai-nilai filosofis dalam setiap goresannya (Wismantoro et al., 2024).

Pulau Madura terkenal sebagai pulau di timur laut Jawa yang kaya akan keindahan alam dan budaya, terutama wisata pantainya. Pulau ini terdiri dari empat Kabupaten yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep yang memiliki banyak pantai eksotis seperti Pantai Tlangoh, Pantai Lon Malang, Pantai Jumiang, dan Pantai Sembilan yang menawarkan pasir putih, air laut jernih, dan keindahan alam yang memesona. Selain pantai, Madura juga kaya dengan warisan budaya dan sejarah yang tersebar di setiap kabupaten seperti Aer mata ebhu, Batu ampar, dan Museum keraton.

Potensi wisata ini mendukung pertumbuhan sektor pariwisata di Pulau Madura yang semakin diminati wisatawan lokal maupun mancanegara.

Salah satu pantai yang populer di Madura adalah Pantai Talang Siring yang terletak di Desa Montok, Kecamatan Larangan, Kabupaten Pamekasan. Pantai ini menyuguhkan panorama alam yang indah dengan berbagai fasilitas wisata seperti taman mangrove, kolam renang, dan area bermain anak-anak seperti ayunan, jungkat-jungkit, dan mangkuk putar. Pantai Talang Siring juga menjadi tempat favorit wisatawan untuk bersantai dan menikmati keindahan laut, serta memiliki daya tarik unik berupa rumah panggung nelayan atau "rumah bagang" di sekitarnya. Permasalahan yang dihadapi dalam pengelolaan Pantai Talang Siring seperti kurangnya sinkronisasi antara dinas pariwisata kabupaten pamekasan dengan pengelolaan pantai talang siring, kurangnya partisipasi masyarakat sekitar dalam upaya pengembangan pariwisata pantai talang siring dan faktor infrastruktur yang belum merata sehingga minat anak muda untuk berpromosi berkurang (Cahyono et al., 2024).

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Pantai Talang Siring Pamekasan 2019-2024

Tahun	Jumlah Pengunjung
2019	49.671
2020	14.383
2021	21.622
2022	28.260
2023	30.000
2024	17.092

Sumber : Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata Pamekasan, 2025

Berdasarkan data jumlah pengunjung wisatawan Pantai Talang Siring Pamekasan dari tahun 2019 hingga 2024, menunjukkan fluktuasi signifikan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pandemi COVID-19. Pada tahun 2019,

tercatat puncak kunjungan sebesar 49.671 wisatawan, namun mengalami penurunan yang tajam menjadi 14.383 pada tahun 2020 akibat pembatasan perjalanan global. Pemulihan bertahap terlihat pada tahun 2021 sebanyak 21.622 wisatawan dan tahun 2022 sebanyak 28.260 wisatawan, diikuti peningkatan menjadi 30.000 pada tahun 2023, tetapi kembali turun menjadi 17.092 pada tahun 2024. Tren ini mengindikasikan citra destinasi wisata pasca-pandemi, meskipun belum mencapai level-pra pandemi.

Citra destinasi ialah kumpulan kesan dan kepercayaan terhadap destinasi yang didasarkan pada informasi dari berbagai sumber (Chiu & Philip, 2018). Penelitian Maulidiyah & AS, (2024) menunjukkan jika citra destinasi secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Pemahaman yang positif terhadap destinasi wisata bisa meningkatkan kepuasan wisatawan. Studi lain Kartini & Utama, (2023) menegaskan bahwa kepuasan memediasi pengaruh destinasi terhadap loyalty afektif. Pemahaman yang positif terhadap destinasi wisata bisa meningkatkan kepuasan wisatawan. Namun pada penelitian Puspita & Wardi, (2022) menyatakan bahwa citra destinasi tidak tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepuasan dipengaruhi faktor lain yang lebih kuat.

Pengalaman emosional mengacu pada emosi pribadi yang muncul secara kuat dari pengalaman kognitif yang diamati melalui kondisi mental, interaksi psikososial biologis, dan tanggapan interaksi dengan lingkungan (Sari & Burhanudin, 2023). Penelitian oleh Ratnasari, (2020) menunjukkan bahwa pengalaman emosional memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan kecenderungan pelanggan yang merasakan emosi

positif lebih kuat dibandingkan emosi negatif. Namun, dalam penelitian Wei et al., (2023) ditemukan bahwa pengalaman emosional terutama emosi negatif konsumen dapat berdampak pada loyalitas, hal ini menunjukkan bahwa pengalaman emosional tidak selalu positif terhadap loyalitas.

Nilai yang dirasakan pelanggan adalah penilaian keseluruhan wisatawan terhadap kegunaan suatu produk berdasarkan persepsinya tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Nilai yang dirasakan juga merupakan perbedaan antara perspektif evaluasi wisatawan dan total manfaat yang diterima dan total biaya penawaran dan alternatif yang dirasakan (Wahyono et al., 2021). Penelitian Umboh, (2024) menjelaskan bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pengaruh langsung nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan justru negatif dan tidak signifikan. Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel intervening yang menghubungkan pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan (satisfaction) didefinisikan sebagai respons emosional berupa kekecewaan atau kegembiraan yang muncul pada individu, setelah membandingkan performa yang dirasakan dari suatu produk (atau outcome) dengan harapan pembeli sebelumnya (Hanif et al., 2016). Coban, (2012) membuktikan adanya pengaruh secara signifikan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan. Positifnya suatu citra destinasi menyebabkan kepuasan yang tinggi dan citra yang negatif menyebabkan rasa tidak puas atau tidak senang. Studi lain Kartini & Utama, (2023) menegaskan bahwa kepuasan memediasi pengaruh destinasi terhadap loyalty afektif.

Loyalitas wisatawan dapat dimaknai sebagai komitmen untuk terus memilih dan mengunjungi suatu destinasi, meskipun terdapat tawaran destinasi lain dari pesaing dengan kualitas yang lebih unggul (Wulandani, 2022). Menurut penelitian Fahmi, (2022) menunjukkan bahwa citra destinasi yang positif, akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan. Namun, pada penelitian Afrilian & Silvandi, (2022) menunjukkan bahwa citra destinasi secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan mempengaruhi peningkatan loyalitas wisatawan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh antara citra destinasi, pengalaman emosional, nilai yang dirasakan kepuasan wisatawan, dan loyalitas wisatawan. Meskipun penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan positif antara variabel-variabel ini, terdapat inkonsistensi dan tantangan dalam implementasinya, khususnya terkait partisipasi masyarakat dan infrastruktur yang masih kurang mendukung. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi empiris yang lebih komprehensif guna memperkuat strategi pengelolaan destinasi wisata yang efektif, berkelanjutan, serta berbasis pengalaman wisatawan sebagai kunci dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?
2. Apakah pengalaman emosional berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?
3. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?
4. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?
5. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?
6. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman emosional terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap kepuasan wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.

4. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.
5. Untuk mengetahui pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan pada Pantai Talang Siring Pamekasan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat bermanfaat bagi pembaca secara umum dan perusahaan yang terkait dengan penelitian ini. Manfaat penelitian ini ada dua yakni manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, berikut penjabarannya:

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pariwisata dan pemasaran destinasi. Hasil dari penelitian ini dapat memperkaya literature dan menjadi acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

b) Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pengelola destinasi wisata mengenai pentingnya membangun citra destinasi yang positif serta menjaga kepuasan wisatawan agar mampu meningkatkan loyalitas wisatawan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pembaca mengenai pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan yang telah diterapkan.

3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada peneliti mengenai pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan.
4. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti lain yang tertarik mengkaji lebih lanjut pengaruh antara citra destinasi, kepuasan wisatawan, dan loyalitas wisatawan.