

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang mempunyai potensi alam yang sangat besar. Dimana Indonesia mempunyai banyak keindahan alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan sejarah, peninggalan purbakala, serta seni dan budaya yang mana semua itu merupakan sumber daya yang dapat dimanfaatkan sebagai modal besar untuk industri pariwisata. Yang mana pariwisata di Indonesia mempunyai peran penting terhadap perkembangan perekonomian. Salah satu potensi wisata Indonesia yakni terletak di Provinsi Jawa Timur. Madura merupakan salah satu pulau yang berdekatan dengan kota Surabaya dan Sumenep merupakan nama kabupaten yang terletak di Pulau Madura. Bukan konsumsi publik lagi jika Madura dikelilingi lautan sehingga berbagai macam pantai dan keindahan alam disana belum terlalu di ekspos apalagi dengan rumor begal dan rumor buruk lainnya. Sesuai dengan peraturan daerah tentang otonomi daerah, sehingga tiap daerah mulai mengeksplorasi potensi daerah yang dimiliki.

Pantai Lombang merupakan salah satu obyek wisata andalan yang dikelola oleh pemerintah dengan pihak investasi. Penurunan pengunjung tersebut penulis asumsikan diakibatkan oleh citra destinasi. Menyingkap Madura dimasa yang akan datang merupakan suatu keyakinan yang harus dijaga mengingat Madura merupakan pulau yang memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dari budaya Jawa pada umumnya.

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. Potensi wisata alamnya Madura memiliki batu kapur Caddhih, pantai Siring Kemuning di Bangkalan, pemandian Potre Koneng, air terjun Toroan, Hutan Mangrove, Hutan Kera di Kabupaten Sampang, pantai batu Kerbuy, batu Marmar, Bukit Cinta di Kabupaten Pamekasan, dan sementara di Kabupaten Sumenep memiliki pantai Lombang, pantai Salopeng, taman Sare, serta masih banyak lagi.

Besarnya arus informasi perkembangan teknologi komunikasi, ilmu pengetahuan dan seni menyebabkan orang tergerak untuk melakukan perjalanan wisata ke luar daerah bahkan ke luar batas wilayah negaranya. Beberapa hal lain yang dapat dilakukan per area atau pemerintah/instansi terkait peduli pariwisata mulai melakukan promosi tempat wisatanya Kotler dan Keller (2010: 496) menjelaskan bahwa promosi adalah cara untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan / organisasi. Tidak jauh beda promosi versi Zuriyanti (2003), ialah promosi salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan atau organisasi yang digunakan untuk memberitahukan, mengingatkan dan membujuk konsumen tentang produk atau jasa perusahaan/organisasi. Sehingga promosi terasa sangat penting bagi pengelola wisata dan pemerintah daerah untuk terus mengembangkan berbagai metode promosi agar dapat menarik dan dapat menjadi pilihan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya dan memberikan kesan positif bagi daerah tersebut.

Sisi lain tidak kalah pentingnya juga motivasi wisatawan merupakan faktor penting untuk meningkatkan industri pariwisata suatu daerah (Pitana dan Gayatri, 2005:58). Begitu pentingnya motivasi wisatawan dalam melakukan suatu perjalanan

wisata ke suatu destinasi karena motivasi adalah hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri. Selain motivasi dan promosi, keputusan berkunjung dalam melakukan perjalanan wisata juga dapat didasari oleh citra destinasi dari objek wisata itu sendiri.

Citra sendiri didefinisikan sebagai himpunan keyakinan, pemikiran dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu obyek, sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat dikondisikan oleh gambaran dan obyek tersebut (Kotler dan Armstrong 2009:46). Menurut Jorgensen (2004:15), citra destinasi merupakan tidak hanya sebagai atribut destinasi tetapi juga kesan menyeluruh yang ditampilkan oleh destinasi. Citra destinasi merupakan gambaran dari harapan wisatawan tentang sebuah objek, sehingga mampu mempengaruhi persepsi wisatawan dalam menentukan sebuah keputusan untuk berkunjung.

Untuk terjaganya keberlangsungan dari usaha pariwisata, maka objek wisata tersebut harus bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjungnya. Melakukan kunjungan sama dengan melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Dijelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2009:156) bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Keputusan berkunjung adalah sebuah proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan dan keinginan oleh konsumen, mendapatkan informasi menilai dan membandingkan beberapa alternative pembelian yang ada (Kotler dan Keller, 2012:78).

Berdasarkan data kunjungan wisatawan menunjukkan penurunan dari tahun 2017 hingga 2019. Dari 124.308 orang pada tahun 2017, menurun menjadi 74.383 orang pada tahun 2018, dan menurun menjadi 39.757 orang pada tahun 2019.

Berikut data jumlah wisatawan berkunjung ke Pantai Lombang Kabupaten Sumenep :

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung per Tahun

No.	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2017	124.308
2.	2018	74.383
3.	2019	39.757

Sumber: Pengawas Pantai Lombang Kabupaten Sumenep (2019)

Setelah meminta data ke pihak pengawas atau bisa juga disebut pengurus. Penulis mencoba melakukan wawancara kecil dengan beberapa pengunjung karena hal ini dapat dikaitkan dengan permasalahan yang menyangkut keputusan berkunjung. Berdasarkan wawancara tersebut juga didapati alasan dari permasalahan keputusan berkunjung yang mana alasan tersebut menyangkut permasalahan tentang citra destinasi. Salah satu responden yang tidak bisa penulis namanya mengatakan bahwa masih banyak kecewa dengan ekspektasi dari sebuah gambar yang tidak sesuai dengan jaraknya, serta sampah berserakan dan aktivitas wisatawan menjadi bosan.

Uraian permasalahan diatas tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus di Wisata Pantai Lombang Kabupaten Sumenep)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
- 2) Apakah motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
- 3) Apakah citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
- 4) Apakah promosi, motivasi dan citra destinasi berpengaruh secara bersama-sama (*simultan*) dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?
- 5) Variabel manakah dari promosi, motivasi dan citra destinasi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
- 2) Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
- 3) Untuk mengetahui apakah citra destinasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.
- 4) Untuk mengetahui apakah motivasi wisatawan, promosi dan citra destinasi secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.

- 5) Untuk mengetahui apakah motivasi wisatawan, promosi dan citra destinasi berpengaruh dominan terhadap keputusan berkunjung di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi

Untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja karyawan.

2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan baik teori maupun praktek dibidang pemasaran khususnya tentang citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi untuk mengadakan penelitian berkaitan dengan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

4. Bagi Universitas Trunojoyo Madura

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan pembendaharaan kepustakaan sehingga menjadi perbandingan bagi mahasiswa dalam menyusun penelitian.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.