

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia yakni negara yang mempunyai banyak daya tarik dalam bidang pariwisata. Primadona pariwisata yang ada di Indonesia mencakup pariwisata alam dan buatan. Negara Indonesia terbagi menjadi beberapa pulau, salah satunya yakni pulau Madura. Pulau Madura juga termasuk pulau yang dikenal dengan keragaman dan tingkat religiusitas warganya. Selain itu, pulau Madura juga memiliki banyak tempat yang strategis untuk dikembangkan. Terdapat juga beberapa destinasi wisata yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta. Pulau Madura sendiri memiliki empat kabupaten, salah satunya yakni kabupaten Bangkalan (Edi, 2017)

Kabupaten Bangkalan memiliki banyak destinasi yang menarik untuk dikembangkan menjadi daerah pariwisata. Pesatnya perkembangan sektor pariwisata membuat manusia terus mengembangkan berberapa macam destinasi wisata baru (Edi, 2017). Bagi Undang – Undang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata didefinisikan sebagai beberapa macam aktifitas wisata yang didukung oleh beberapa fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh penduduk sekitar, pengusaha serta pemerintah daerah (Prasiasa, 2013). Perkembangan pariwisata mampu memberikan dampak positif khususnya bagi perekonomian masyarakat. Dalam proses pengembangannya, memerlukan berbagai pertimbangan aspek agar dapat berjalan efektif serta efisien agar tepat sasaran dengan melibatkan semua pemangku kepentingan. Madura selain dikenal pada sektor maritim yang unggul dengan julukan “Pulau Garam” ternyata Madura juga mempunyai kekayaan alam, sosial serta budaya yang khas (Rofik, 2019). Hal itu sangat cocok dijadikan sebagai destinasi wisata. Akses yang sangat mendukung baik melewati jalur darat maupun air tersedia di pulau Madura dan masih berfungsi dengan baik. Tetapi sangat disayangkan dengan kurang handalnya sistem tata kelola ditambah dengan minimnya informasi, menyebabkan banyaknya wisatawan masih belum mengetahui keberadaan destinasi wisata dengan cara

menyeluruh di daerah terkait. Dengan demikian akan berdampak besar pada perkembangan destinasi wisata yang ada di pulau Madura serta perbaikan roda perekonomian di Madura khususnya yang ada di Kabupaten Bangkalan (Fansuri dkk, 2019)

Kabupaten Bangkalan mempunyai 14 objek wisata yang berada dalam naungan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan serta Pariwisata. Kabupaten Bangkalan yang terbagi dalam beberapa kategori meliputi wisata alam, wisata religi, wisata kuliner, wisata budaya serta wisata minat khusus (Linasari, 2016). Perkembangan pariwisata di Kabupaten Bangkalan mulai meningkat dari tahun ke tahun, salah satu wisata terbarunya yakni Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani. Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani adalah objek wisata pertama di Pulau Madura yang berbasis pertanian serta tanaman sehingga mempunyai nilai tersendiri dalam proses serta pembangunannya. Hasil *interview* dari bapak Apur salah satu pengurus Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani mengatakan bahwasannya Kebun Bang Jani satu induk dari dinas pertanian yang mempunyai arti bangun Bangkalan kesejahteraan petani, di Bang Jani sendiri terdapat kebun Bang Jani, pengolahan Bang Jani, laptop Bang Jani serta pupuk Bang Jani. Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani mempunyai lokasi yang sangat strategis dari pusat kota Bangkalan, hanya berjarak sekitar 11 km serta dapat ditempuh selama 20 menit perjalanan, tepatnya di Kampung Du'ur, Desa Langkap, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Suasana wisata Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani sangat rindang serta sejuk sekali karena terdapat beberapa macam tanaman. Selain itu, pada Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani juga terdapat taman bermain anak-anak, permainan tradisional, tempat *outbond* serta kafe. Bagi pengunjung yang ingin memetik buah serta sayur yang ditanam pada kebun itu diperkenankan, tetapi akan ditimbang serta membayar dengan harga yang sudah ditentukan oleh pengelola. Bagi pengunjung yang tertarik dengan spot foto *instagrammable* yang bernuansa alam kekinian karena disini terdapat puluhan fasilitas ataupun tempat untuk mengambil *view* panorama yang bagus.

Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari adanya pelaku pariwisata yaitu wisatawan itu sendiri. Wisatawan adalah individu yang melakukan aktivitas wisata ke sebuah tempat dengan tujuan berwisata serta tidak dengan tujuan mencari uang ataupun bekerja. Objek wisata yang dipilih oleh wisatawan juga akan beragam, tergantung pada motivasi wisatawan itu untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata yang berhubungan erat dengan aktivitas wisata yang akan dipilih oleh wisatawan itu (Tunjungsari, 2018). Wisatawan yang mengunjungi sebuah tempat wisata tidak terlepas dari daya tarik destinasi wisata itu sendiri, daya tarik dapat diperoleh dari pengunjung yang pernah mengunjungi destinasi itu, misalnya pada Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani calon wisatawan dapat melihat daya tarik Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani dari beberapa ulasan web ataupun akun sosial media pengunjung yang telah mengunjungi tempat itu. Misalnya salah satu ulasan pada web Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani, dimana akun dari salah satu pengunjung yang menuliskan sebuah komentar bahwasannya Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani bagus untuk menambah pengetahuan terutama pada bidang pertanian karena destinasi itu menyuguhkan cara bercocok tanam dengan cara tradisional sampai dengan cara modern. Ada juga ulasan dari pengunjung yang lain yang menuliskan sebuah komentar bahwasannya Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani yakni tempat yang bagus untuk bersantai serta sebagai tempat yang bagus untuk mengenalkan pertanian pada anak-anak. Ulasan selanjutnya dari pengunjung yang lain yang menuliskan sebuah komentar yang merekomendasikan Agro Edu Wisata Bang Jani pada masyarakat Bangkalan. Selain itu, ada juga ulasan dari pengunjung yang lain yang menuliskan sebuah komentar mengenai kualitas pelayanan pada destinasi wisata Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani misalnya toilet yang bersih, harga makanan pada destinasi itu bersahabat ataupun ramah di kantong, untuk destinasinya sendiri tidak berbayar hanya bayar untuk parkir kendaraan saja serta untuk area destinasi nya sangat bersih. Serta masih terdapat banyak lagi ulasan mengenai Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani. Sesuai ulasan itu agar wisatawan merasa tertarik, maka para pengelola objek wisata harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan serta membuat senang wisatawan,

sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung pada destinasi itu. Hal itu juga memungkinkan wisatawan untuk kembali berkunjung serta menginformasikannya pada orang lain (Soebiyantoro, 2010)

Intensi berkunjung kembali ataupun dikenal dengan *revisit intention* didefinisikan oleh Stylos dkk (dalam Hidayatullah, 2020) sebagai keinginan untuk berkunjung ke destinasi yang sama untuk kedua kalinya dalam jangka waktu tertentu. Zeithaml dkk (dalam Wulanjani & Derriawan, 2017) mengatakan bahwasannya *revisit intention* adalah bentuk perilaku (*behavioral intention*) ataupun keinginan konsumen untuk datang kembali, memberikan *word of mouth* yang positif, tinggal lebih lama dari perkiraan, serta berbelanja lebih banyak dari perkiraan. Lin serta Chung-Hsein (2014) mendefinisikan intensi berkunjung kembali sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas ataupun berkunjung ulang ke suatu destinasi. Bagi Lin serta Chung-Hsein intensi berkunjung kembali dapat diukur dalam dua dimensi ialah keinginan untuk kembali berkunjung (*intention to revisit*), serta keinginan untuk merekomendasikan pada individu lain (*intention to recommend*).

Peningkatan intensi berkunjung kembali wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Bagi hasil penelitian Mat Som, dkk (dalam Nurhayati & Sahrah, 2018), faktor-faktor yang memengaruhi intensi berkunjung kembali yakni pencarian kebaruan (*novelty seeking*), nilai yang dipersepsikan (*perceived value*), pengalaman liburan masa lalu (*past vacation experience*), keselamatan (*safety*), perbedaan budaya (*cultural difference*), motivasi serta kepuasan (*motivation and satisfaction*), atribut destinasi (*destination attributes*) serta citra (*image*) tujuan wisata. Sesuai dengan sejumlah hasil riset mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi berkunjung kembali, maka peneliti akan menguji salah satu faktor yang memengaruhi intensi berkunjung kembali wisatawan ialah faktor citra (*image*) tujuan wisata ataupun yang bisa disebut juga citra destinasi. Pengembangan suatu citra yang positif sangat penting untuk kesuksesan sebuah destinasi pariwisata sehingga akan muncul keyakinan wisatawan untuk berkunjung kembali pada destinasi tersebut (Ab, 2018). Citra yang positif dari destinasi wisata akan menjadi penyangga pada kekurangan destinasi wisata serta

sebaliknya. Citra positif sebuah destinasi memainkan peran penting dalam *attracting* serta *retaining tourist* (Khansa & Farida, 2016). Oleh karena itu citra yang tinggi adalah faktor penting dalam memperoleh niat berkunjung kembali wisatawan.

Citra tempat tujuan wisata di definisikan oleh Crompton (dalam Ross, 1998) sebagai keyakinan, ide serta kesan yang dimiliki individu mengenai sebuah tempat tujuan. Citra destinasi didefinisikan oleh Qu, Kim serta Im (2011) sebagai pandangan mengenai tempat wisata yang tersimpan di benak wisatawan. Proses terbentuknya citra tempat tujuan Bagi Pearce (dalam Ross, 1998) meliputi : 1). individu dapat mempunyai sebuah citra tempat tujuan sekalipun belum pernah mengunjunginya ataupun sekalipun banyak mendapat informasi memiliki sifat promosi, 2). citra mengenai tempat tujuan dapat berubah sebelum serta sesudah kunjungan, maka ada baiknya bila citra yang dimiliki individu yang telah mengunjungi tempat tujuan wisata dipisahkan dari citra yang dimiliki individu yang belum pernah melakukan kunjungan.

Qu, Kim serta Im menyebutkan terdapat juga tiga dimensi dari citra (*image*) destinasi ialah image destinasi kognitif, image destinasi yang unik serta image destinasi afektif. Bagi Rajesh (dalam Hidayatullah, 2020) penciptaan citra adalah fase paling penting untuk proses penetapan tempat tujuan berwisata. Citra yang diharapkan sesudah mengunjungi tempat wisata akan mempengaruhi pula kepuasan pengunjung serta keinginan untuk melakukan kunjungan ulang di kemudian hari, bergantung pada keterampilan pengelola untuk menjaga serta meningkatkan tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan serta image yang telah terjaga di benak wisatawan. Pendapat itu sesuai juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati dkk, (2019) yang berjudul “Peran Citra Destinasi dalam Meningkatkan Niat Wisatawan Berkunjung Kembali (Studi Kasus Pada Pengunjung Puncak Darma Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi)” Hasil penelitian yang dapat dilihat menunjukkan bahwasannya terdapat korelasi yang tinggi antara citra destinasi dengan niat wisatawan yang berkunjung kembali pada

puncak darma Geopark Ciletuh Sukabumi. Besarnya korelasi citra destinasi wisata puncak darma Geopark Ciletuh Sukabumi dengan niat wisatawan berkunjung kembali sesudah melakukan pengujian mempunyai korelasi yang positif serta signifikan. Persamaan penelitian itu dengan penelitian yang akan diteliti yakni mempunyai persamaan pada variabelnya ialah menggunakan variabel citra destinasi serta intensi berkunjung kembali, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi ataupun tempat penelitiannya, pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati,dkk berlokasi di Sukabumi ialah pada puncak darma Geopark Ciletuh, sedangkan penelitian yang akan diteliti berlokasi di Bangkalan tepatnya pada Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani.

Merujuk pada uraian latar belakang tersebut mengingat banyaknya pariwisata yang ada di Bangkalan yang layak ataupun mempunyai banyak manfaat, fasilitas yang memadai, serta kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat membentuk sebuah citra destinasi yang baik sehingga banyak wisatawan yang berkunjung serta dapat menjadikan destinasi itu ramai serta banyak yang mengetahui. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian “Pengaruh Citra Destinasi Pada Intensi Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani”. Untuk mengetahui terdapatnya pengaruh antara citra destinasi pada intensi berkunjung kembali oleh wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani sehingga dapat mendukung pengembangan pariwisata yang ada di Bangkalan khususnya pada wisata berbasis edukasi serta diharapkan kedepannya terdapat banyak destinasi wisata yang bermanfaat yang ada di kabupaten Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh citra destinasi pada intensi berkunjung kembali wisatawan Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti ialah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi pada intensi berkunjung kembali wisatawan Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dengan cara teoretis maupun praktis :

1.4.1 Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dengan cara teoretis (pengetahuan) serta menambah wawasan keilmuan di bidang ilmu psikologi pariwisata terutama mengenai citra destinasi serta intensi berkunjung kembali pada tempat wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan ialah Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang ingin dicapai ialah :

1. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai intensi berkunjung kembali serta image destinasi pada wisatawan Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani yang dapat memberikan sebuah citra positif pada destinasi itu sehingga wisatawan ingin berkunjung kembali serta merekomendasikannya pada individu lain.

2. Bagi Pengelola Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai variabel intensi berkunjung serta citra destinasi sehingga dapat menjadi pertimbangan serta masukan bagi pihak pengelola wisata Agro Edu Wisata Kebun Bang Jani agar terciptanya destinasi pariwisata yang baik sehingga wisatawan ingin berkunjung kembali pada wisata itu.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi serta informasi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan psikologi

pariwisata terutama terkait dengan variabel citra destinasi serta variabel intensi berkunjung kembali.