

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata berkedudukan sebagai bagian dari sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian global. Pariwisata tidak terbatas pada satu jenis, melainkan juga mencakup berbagai kategori yang masing-masing menawarkan pengalaman yang berbeda. Satu di antaranya adalah Pariwisata Halal, di mana wisatawan berkunjung ke beragam lokasi dengan tujuan spiritual maupun untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap nilai-nilai keagamaan. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia mengembangkan konsep pariwisata halal dengan identitas yang khas dan berbeda dibandingkan dengan negara-negara Muslim lainnya Yuni et al. (2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, tren pariwisata halal semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang memprioritaskan kesesuaian nilai-nilai agama dalam perjalanan wisata mereka. Pariwisata halal didefinisikan sebagai penyediaan layanan wisata yang merujuk pada ketentuan Islam untuk memfasilitasi wisatawan Muslim dalam menjalankan nilai agamanya saat berlibur. Namun, keberadaan wisata ramah Muslim ini tidak membatasi penggunaannya hanya bagi kalangan tertentu, melainkan tetap terbuka bagi wisatawan non-Muslim Sayekti (2019).

Sebagai kawasan yang kaya akan potensi pariwisata, Pulau Madura memiliki beragam destinasi unggulan yang layak dikembangkan. Variasi objek wisata di pulau ini meliputi kategori wisata alam, wisata budaya, serta wisata minat khusus Faraby (2021). Kabupaten Bangkalan, Madura, memiliki potensi besar dalam wisata halal, termasuk wisata religi Aer Mata Ebu di Arosbaya. Aer Mata Ebu adalah kompleks pemakaman bersejarah yang dianggap keramat oleh masyarakat Bangkalan dan peziarah. Tempat ini menarik ribuan pengunjung setiap tahun untuk berdoa dan mencari inspirasi. Terlepas dari besarnya potensi yang ada, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi oleh destinasi wisata halal di Indonesia. Salah satunya adalah ketidakpastian perilaku pengunjung dalam kembali ke suatu destinasi wisata, yang dikenal sebagai Kunjungan Kembali. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat kembali ini sangat penting, termasuk citra destinasi, pengalaman wisata, dan tingkat kepuasan wisatawan.

Menurut Pujiastuti (2020), pengalaman positif selama kunjungan dapat secara signifikan meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali. Oleh karena itu pengelola harus dapat membuat pengunjung merasa tertarik untuk kembali dan memberikan pengalaman yang positif, Kusuma Sardana (2024). Selain faktor-faktor sebelumnya, pengalaman berwisata yang berkesan (*memorable tourism experiences*) memiliki peranan penting dalam mempengaruhi niat kunjungan ulang. Pengalaman semacam ini dirasakan oleh wisatawan setelah berinteraksi langsung dengan destinasi wisata, terutama jika

destinasi tersebut mampu menyajikan kesan yang kuat dan sulit dilupakan Noerhanifati et al. (2020).

Salah satu faktor yang banyak dikaji dalam literatur adalah Citra destinasi merupakan representasi dari persepsi wisatawan mengenai suatu lokasi wisata, yang dikonstruksi melalui akumulasi pengalaman pribadi serta paparan informasi yang diterima, dan interaksi selama perjalanan. Penelitian mutakhir menegaskan bahwa citra destinasi yang positif berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan wisatawan serta niat melakukan kunjungan kembali ke tempat wisata tersebut, Widodo & Andjarwati (2025). Selain itu, pengalaman wisata (*tourism experiences*) juga menjadi penentu penting dalam perilaku wisatawan. Studi terkini menemukan bahwa pengalaman wisata yang memberikan kesan mendalam serta autentik berkontribusi pada kepuasan emosional pengunjung, yang kemudian memediasi pengaruhnya terhadap niat kunjung ulang, Lin (2024).

Kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) berperan sebagai variabel mediasi yang krusial. Sejumlah riset mengindikasikan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisata tidak hanya berdampak langsung pada niat berkunjung kembali, melainkan juga memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepuasan wisatawan, Abror et al. (2025). Hasil penelitian Widodo & Andjarwati (2025), menegaskan bahwa kepuasan wisatawan menjadi penghubung signifikan antara citra destinasi dan kunjungan kembali. Penelitian Permana & Adam (2024), pada konteks pariwisata halal di Aceh menemukan bahwa kepuasan wisatawan secara kolektif memengaruhi kecenderungan intensi pengunjung

untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata. Kondisi tersebut terjadi karena kepuasan wisatawan atas pengalaman yang dirasakan mendorong terbentuknya persepsi positif yang memotivasi niat berkunjung kembali. (*revisit*) ke destinasi yang sama pada kesempatan berikutnya.

Meskipun hubungan antara citra destinasi, pengalaman wisata, kepuasan, dan niat kunjung ulang telah banyak dipelajari, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan. Riset terdahulu mayoritas mengkaji konteks destinasi umum seperti wisata pantai, kota, dan taman rekreasi, Lin (2024); Widodo & Andjarwati (2025). Bahkan, masih sedikit riset yang mengeksplorasi aspek halal secara tegas, meskipun pariwisata halal merupakan potensi penting. Penelitian sebelumnya yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah juga memperkuat pandangan ini, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Fatimah & Sugianto (2024), dalam penelitian tersebut menganalisis pengaruh religiusitas, kualitas layanan, citra destinasi, dan wisata halal terhadap niat kunjung wisatawan Muslim, namun fokusnya tidak mendalami peran kepuasan sebagai mediasi. Penelitian lain oleh Chrismardani & Arief (2022) menunjukkan bahwa halal destination image berpengaruh terhadap kunjungan kembali, dengan e-WOM sebagai antecedent, tetapi menyoroti aspek image tanpa menelaah pengalaman maupun kepuasan secara mendalam. Dengan demikian, bukti empiris pada destinasi wisata halal berbasis ziarah, seperti Aer Mata Ebu Arosbaya, masih sangat terbatas. Aspek kebaruan (*novelty*) dalam penelitian ini terletak pada pengembangan model analisis yang menempatkan kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi. Variabel ini berfungsi untuk

menghubungkan pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisata terhadap intensi kunjungan ulang (*Revisit Intention*), dalam konteks destinasi halal ziarah. Penelitian ini memperluas literatur dengan mengeksplorasi konteks yang lebih spesifik dan jarang diteliti sebelumnya.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan melengkapi literatur mengenai perilaku wisatawan halal di Indonesia, khususnya pada konteks destinasi wisata halal. Secara praktis, studi ini merumuskan rekomendasi strategis bagi pengelola wisata Aer Mata Ebu dan Pemerintah Daerah Bangkalan. Rekomendasi tersebut berfokus pada pengembangan citra destinasi, peningkatan pengalaman wisatawan, dan optimalisasi atribut halal. Selain itu, temuan ini menjadi panduan efektif dalam promosi pariwisata berkelanjutan melalui peningkatan niat berkunjung kembali. Dengan demikian, Aer Mata Ebu tidak hanya berfungsi sebagai pusat wisata halal, melainkan juga sebagai destinasi halal unggulan yang mampu meningkatkan kunjungan kembali wisatawan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?
2. Apakah pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?

4. Apakah pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?
5. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?
6. Apakah kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh citra destinasi terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?
7. Apakah kepuasan wisatawan mampu memediasi pengaruh pengalaman wisata terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal Aer Mata Ebu Arosbaya?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.
2. Pengaruh pengalaman wisata terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.
3. Pengaruh citra destinasi terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.
4. Pengaruh pengalaman wisata terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.
5. Pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.

6. Peran kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh citra destinasi terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.
7. Peran kepuasan wisatawan sebagai variabel mediasi dalam pengaruh pengalaman wisata terhadap niat kunjung kembali pada destinasi wisata halal aer mata ebu arosbaya.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan mampu menambah literatur manajemen pemasaran, khususnya mengenai perilaku wisatawan dalam konteks pariwisata halal dan wisata ziarah di Indonesia. Selain itu, penelitian ini menyuguhkan bukti empiris mengenai pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisata terhadap niat kunjung ulang melalui kepuasan wisatawan, sehingga dapat menjadi tambahan wawasan serta bahan referensi bagi akademisi atau peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman langsung kepada penulis tentang pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisata terhadap kunjungan kembali melalui kepuasan wisatawan pada destinasi Wisata Halal Aer Mata Ebu Arosbaya.

b. Manfaat Bagi Pengelola Wisata Halal Aer Mata Ebu Arosbaya

Sebagai masukan, saran, atau pertimbangan bagi pengelola dalam menjalankan kegiatan pengembangan destinasi agar lebih baik lagi untuk masa mendatang, khususnya yang berkaitan dengan pembangunan citra destinasi yang positif, penciptaan pengalaman wisata yang berkesan, dan peningkatan kepuasan wisatawan guna mendorong niat kunjungan kembali.

c. Manfaat Bagi Pembaca

Untuk memberikan pengetahuan tambahan serta menjadi bahan referensi bagi pihak lain atau akademisi yang ingin melakukan pembahasan serupa. Dengan demikian, diharapkan pembaca dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai topik perilaku wisatawan dalam konteks pariwisata halal.

E. Luaran Penelitian

Luaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Luaran Penelitian

No.	Jenis Luaran
Luaran Wajib	
1.	Proposal Penelitian
2.	Laporan Kemajuan Penelitian
3.	Laporan Akhir Penelitian
4.	Logbook kegiatan penelitian
5.	Poster
6.	Draf artikel ilmiah
Luaran Tambahan	
1.	Publikasi Ilmiah Jurnal Nasional