

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seseorang akan merasa jenuh dalam menjalani aktivitas kerjanya sehari-hari dan cenderung membutuhkan liburan atau wisata sebagai solusi dengan berhenti sejenak dari rutinitas kerja yang melelahkan (Rizqy & Roostika, 2023). Menurut Lisssu et al. (2017), destinasi wisata yang menarik, memikat, dan menginspirasi psengunjung, serta menawarkan sumber daya yang mendorong mereka untuk mencoba berbagai pengalaman, dapat membantu pengunjung melupakan stres kerja. Rizqy & Roostika (2023) mengemukakan bahwa seseorang mengembangkan rasa keterikatan pada suatu objek, benda, atau lingkungan saat mereka tumbuh dan memiliki kesempatan untuk menjelajahi lingkungan baru. Rasa keterikatan ini ditransfer ke objek, benda, atau lingkungan lain saat orang tersebut menjadi dewasa dan memiliki kesempatan untuk menjelajahi lingkungan baru.

Museum keraton Sumenep merupakan destinasi penting yang berperan dalam melestarikan dan mempromosikan sejarah lokal Sumenep dan Jawa Timur. Museum Keraton Sumenep merupakan salah satu tempat yang dilestarikan dan terkenal akan kekayaan sejarahnya. Baik penduduk lokal maupun wisatawan datang ke Museum Keraton Sumenep untuk mempelajari kekayaan sejarah keraton tersebut (Andriani, 2024). Berdasarkan hasil wawancara dengan warga sekitar, kondisi Museum Keraton Sumenep dinilai masih jauh dari ideal karena pengelolaannya yang belum optimal. Bangunan

museum sudah tua dan kurang terawat. Banyak koleksi bersejarah terbengkalai, bahkan ada yang lembap dan berjamur akibat atap bocor. Kondisi lingkungan di dalam museum juga belum memberikan kenyamanan, karena beberapa area tampak kurang terjaga kebersihan dan kesehatannya. Lebih lanjut, pemanfaatan ruang museum belum optimal, sehingga belum mencapai citra pariwisata budaya yang diharapkan.

Dalam mengembangkan objek wisata Museum Keraton Sumenep, sebagai situs budaya, berpotensi meningkatkan pengalaman berkat keunikan sejarah dan budayanya. Daya tarik wisata sangat penting dalam membangun loyalitas destinasi, terutama karena ikatan emosional pengunjung dengan destinasi tersebut dapat menjadi penghubung utama (Junaedi et al., 2025). Studi kasus berbagai destinasi wisata, termasuk Museum Keraton Sumenep, menunjukkan bahwa daya tarik yang unik, seperti nilai budaya dan sejarah, tidak hanya menarik pengunjung tetapi juga memperkuat ikatan emosional yang mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Andriani, 2024).

Museum Keraton Sumenep merupakan objek wisata budaya yang menarik banyak pengunjung karena nilai sejarah dan budayanya yang unik. Akan tetapi, data pengunjung menunjukkan penurunan, dari 43.302 pada tahun 2022 menjadi 25.850 pada tahun 2023, meskipun museum ini memiliki potensi budaya dan sejarah yang signifikan (Dinas Kebudayaan, Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Sumenep, 2023).

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung

Bulan	Jumlah Pengunjung 2022	Jumlah Pengunjung 2023
Januari	3.129	4.833
Februari	1.914	3.689
Maret	4.146	3.920
April	884	409
Mei	3.743	1.972
Juni	4.200	1.313
Juli	5.696	3.617
Agustus	3.746	1.852
September	2.174	1.121
Oktober	4.530	1.071
November	2.970	780
Desember	6.170	1.273
TOTAL	43.302	25.850

Sumber: Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata

Penurunan jumlah pengunjung menimbulkan pertanyaan tentang kemampuan museum untuk membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan pengunjung, terutama melalui ikatan emosional yang menghubungkan daya tarik dan loyalitas destinasi. Hal ini menunjukkan kemungkinan bahwa daya tarik Museum Keraton Sumenep belum cukup kuat dan ikatan emosional pengunjung masih lemah, yang dapat menyebabkan ketidaksetiaan pengunjung dan berdampak pada kelangsungan museum sebagai destinasi wisata budaya. Penelitian ini penting untuk memahami dampak daya tarik terhadap loyalitas destinasi melalui ikatan emosional, yang memungkinkan manajemen untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, memperkuat ikatan emosional, dan mendukung pengembangan wisata budaya berkelanjutan di wilayah tersebut.

Meskipun banyak penelitian telah mengeksplorasi dampak objek wisata terhadap loyalitas destinasi, menggunakan variabel seperti kepuasan dan citra destinasi, penelitian ini berfokus pada peran keterikatan emosional sebagai jembatan antara objek wisata dan loyalitas destinasi, khususnya di Museum Keraton Sumenep sebagai destinasi budaya. Sebagian besar penelitian

pariwisata cenderung berfokus pada destinasi wisata alam atau destinasi umum, sementara kajian tentang bagaimana objek wisata sejarah dan budaya dapat membangun keterikatan emosional yang memperkuat loyalitas destinasi masih relatif terbatas. Studi literatur menunjukkan bahwa keterikatan tempat (*place attachment*) merupakan proses psikologis yang dapat mempengaruhi loyalitas destinasi baik secara langsung maupun tidak langsung, namun peran variabel emosional ini masih kurang dieksplorasi dalam konteks destinasi budaya seperti museum. (*place attachment* mencakup hubungan afektif antara pengunjung dan destinasi yang memengaruhi keinginan untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain) (Savitri et al., 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis hubungan antara daya tarik objek wisata, keterikatan emosional, dan loyalitas destinasi pada Museum Keraton Sumenep sebagai destinasi budaya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2022) menunjukkan bahwa *emotional bonding* memediasi hubungan citra destinasi dan loyalitas, menggantikan peran kepuasan. Lebih lanjut, Sari & Burhanudin (2023) menambahkan bahwa pengalaman emosional wisatawan berdampak langsung pada loyalitas konatif dan niat berkunjung kembali yang juga berfungsi sebagai mediator. Sebaliknya, studi yang dilakukan oleh Prayag & Ryan (2012) di Mauritius menunjukkan bahwa keterikatan destinasi (*place attachment*) memang memiliki hubungan dengan loyalitas, tetapi pengaruhnya tidak langsung, kepuasan wisatawan justru lebih dominan sebagai mediator sehingga mengurangi peran langsung aspek emosional (Prayag & Ryan, 2012).

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan mengkaji pengaruh daya tarik wisata terhadap loyalitas destinasi dengan peran mediasi keterikatan emosional pada Museum Keraton Sumenep. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai sejauh mana daya tarik wisata berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas destinasi, baik secara langsung maupun melalui keterikatan emosional yang terbentuk selama kunjungan. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan bukti empiris mengenai pentingnya aspek emosional dalam memperkuat hubungan antara daya tarik wisata dan loyalitas destinasi, sehingga dapat menjadi landasan bagi pengelola Museum Keraton Sumenep dalam menyusun strategi pengembangan wisata yang tidak hanya berorientasi pada daya tarik fisik dan budaya, tetapi juga pada pembentukan hubungan emosional yang berkelanjutan dengan pengunjung.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks di atas, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata Museum Keraton Sumenep berpengaruh terhadap loyalitas destinasi?
2. Apakah keterikatan emosional terhadap Museum Keraton Sumenep memengaruhi loyalitas destinasi?
3. Apakah daya tarik wisata Museum Keraton Sumenep berpengaruh terhadap terjalannya keterikatan emosional pengunjung?
4. Apakah keterikatan emosional dapat memediasi pengaruh daya tarik wisata terhadap loyalitas destinasi Museum Keraton Sumenep?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini difokuskan pada wisatawan museum keraton Sumenep. Wisatawan di luar tempat wisata ini tidak menjadi bagian dari analisis.
2. Informasi yang dipakai pada temuan ini diambil dengan form pertanyaan yang diberikan pada wisatawan museum keraton Sumenep. Penelitian tidak menganalisis data dari sumber lain seperti laporan pemerintah atau studi lintas wilayah.
3. Penelitian ini tidak membahas secara mendalam pengaruh faktor eksternal lain seperti kebijakan pemerintah ataupun situasi ekonomi makro. Fokusnya adalah pada analisis daya Tarik wisatawan terhadap loyalitas destinasi melalui keterikatan destinasi sebagai mediator.
4. Analisis data dilakukan pada periode tertentu yang mencerminkan kondisi terkini, yaitu dalam kurun waktu 2025.

D. Tujuan penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata Museum Keraton Sumenep terhadap loyalitas destinasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh keterikatan emosional Museum Keraton Sumenep terhadap loyalitas destinasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh daya tarik wisata Museum Keraton Sumenep terhadap keterikatan emosional pengunjung.
4. Untuk menguji peran keterikatan emosional sebagai mediator dalam hubungan antara daya tarik wisata dengan loyalitas destinasi Museum Keraton Sumenep.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengelola Destinasi wisata

Penelitian ini membantu pengelola Museum Keraton Sumenep memahami bagaimana daya tarik dan keterikatan pengunjung memengaruhi loyalitas, menjadi dasar strategi pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mendukung pengelolaan wisata yang berkelanjutan dan pelestarian budaya. Penelitian ini membantu pengelola Museum Keraton Sumenep memahami pengaruh daya tarik dan keterikatan pengunjung terhadap loyalitas, sebagai dasar strategi pemasaran, peningkatan pelayanan, dan pelestarian budaya untuk pengelolaan wisata berkelanjutan. Penelitian ini membantu pengelola Museum Keraton Sumenep memahami pengaruh daya tarik dan keterikatan pengunjung terhadap loyalitas, guna merancang strategi pemasaran, meningkatkan pelayanan, dan menjaga keberlanjutan pelestarian budaya.

2. Bagi Universitas Trunodjoyo Madura

Studi ini diharapkan bisa menambah keuntungan bagi Universitas Trunodjoyo Madura sebagai koleksi kumpulan penelitian yang nantinya bisa digunakan dalam acuan studi berikutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berkat adanya studi ini bisa menambah pemahaman ilmu dan menjadi sebuah strategi agar dapat menerapkan teori yang didapat dalam perkuliahan, khususnya pada ilmu manajemen pemasaran.