

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar, berdasarkan data Direktoral Jenderal Pemerintahan Umum Kementerian Dalam Negeri yang di publikasikan Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa Negara Indonesia memiliki 17.504 pulau yang tersebar di seluruh Indonesia, adapun luas wilaah Indonesia mencapai 1,91 juta km persegi yang terbentang dari sabang sampai merauke sedangkan jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 265 juta jiwa. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk mendongkrak devisa Indonesia, salah satu alasannya karena sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam negeri, selain dari pada sumber daya manusia (SDM) terdapat sumber daya yang dimaksud adalah letak geografis antara lain luas wilayah serta keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner, dan kekayaan yang ada di tanah air. Sumber daya inilah yang menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara,terlebih saat ini di Indonesia memiliki banyak destinasi eksotis dan memukau (Rahma, 2020). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 th 2009 asal 1 ayat 3 tentang pariwisata, menyatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan di dukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Dari sekian banyaknya kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia, potensi terbesar bagi Indonesia yakni di sektor pariwisata, yakni dilihat dari sumber daya, ragam budaya, ragam kuliner maupun latar belakang sejarah pun mampu menjadi nilai jual bagi sektor pariwisata Indonesia, sehingga Indonesia mempunyai potensi untuk menjadi negara wisata yang digemari oleh wisatawan asing, Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal memiliki beraneka ragam suku dan budaya. Beragam kesenian dan kebudayaan yang dimiliki Indonesia membuat sektor pariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik lokal ataupun mancanegara, selain itu Indonesia dilewati oleh garis khatulistiwa yang menyebabkan Indonesia memiliki iklim tropis yang memunculkan

keanekaragaman flora dan fauna serta dianugerahi dengan kekayaan dan keindahan alam yang tidak ada di negara lain sehingga banyak sekali potensi suatu daerah untuk dijadikan sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) bagi para wisatawan bukan hanya itu, Indonesia juga memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang harus dikembangkan dengan maksimal.

Pariwisata memiliki peran dan tujuan untuk menenangkan pikiran, kesenangan serta melepas kejenuhan dari aktivitas sehari-hari (Nursamsu dan Susanto, 2020). Pariwisata bagi sebagian besar individu merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindarkan, kebutuhan hiburan mulai dari jalan-jalan ke berbagai tempat wisata, juga kuliner ke berbagai macam daerah, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi positif pada perekonomian Indonesia juga dapat membuka dan meningkatkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat daerah tersebut, Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam dan kebudayaan sangat menjadi potensi yang dapat dikembangkan sehingga menjadi sebuah objek destinasi wisata. Destinasi wisata dapat menunjang perekonomian maupun memperkenalkan kekayaan alam dan budaya yang terdapat di setiap daerahnya. Dalam setiap daerah tentunya memiliki potensi dan karakteristik yang sangat beragam juga menarik yang dapat digali potensinya dalam membangun serta mengembangkan industri pariwisata, tentu harus menyediakan, mengolah, mengembangkan, dan memasarkan atau mempromosikan produk-produk industri pariwisata yang terdapat di setiap daerahnya agar dapat dikenal luas.

Daya tarik wisata keberadaannya sangat berperan penting dalam pengembangan pariwisata, perkembangan daya tarik wisata sangat bergantung pada potensi dan pengembangan destinasi wisata. Potensi dan pengembangan suatu daya tarik wisata tidak bisa lepas dari pihak pengelola, pemerintah, *stakeholder*, dan juga masyarakat sekitar daya tarik wisata demi keberlangsungan perkembangan kedepannya agar dapat terus berkembang dan selalu menjadi tujuan wisata bagi para wisatawan yang ingin berkunjung, baik dari dalam kota maupun luar provinsi (Ardiwijaya, 2019).

Beberapa alasan seseorang memilih berwisata adalah untuk rekreasi, bersantai, bersenang-senang, dalam situs Dinas Pariwisata dan Kebudayaan

Provinsi Jawa Barat (<https://disparbud.jabarprov.go.id/>) menjabarkan mengenai peta daerah wisata Jawa Barat mengatakan bahwa Jawa Barat memiliki 290 daya tarik wisata yang tersebar dalam 27 kota dan kabupaten, banyaknya daya tarik wisata yang tersedia di Provinsi Jawa Barat tentu merupakan daya tarik tersendiri untuk dapat dikunjungi oleh para wisatawan baik dari dalam provinsi maupun luar provinsi.

Salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata yang beragam yaitu Karawang, Kabupaten Karawang merupakan daerah dengan potensi ekonomi yang tinggi dan memiliki potensi yang cukup banyak potensi wisata yang cukup besar dan beragam tempat destinasi seperti: wisata alam, buatan, budaya, religi dan sejarah. Destinasi wisata di Karawang salah satunya adalah Pantai Samudera Baru, salah satu pantai yang paling populer dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak juga sebagai sumber penghasilan daerah asli terbesar dalam Industri Pariwisata. Hal ini menunjukkan bahwa Pantai Samudera Baru memiliki daya tarik tersendiri serta menjadi tempat wisata yang paling populer dengan jumlah kunjungan wisatawan terbanyak di Kabupaten Karawang (Kevin, 2023). Wilayah ini secara administrasi terdiri dari 30 kecamatan 297 desa dan 12 kelurahan. Karawang merupakan salah satu daerah yang memiliki lahan yang subur yang terdapat di Provinsi Jawa Barat sehingga sebagian besar lahannya digunakan oleh mayoritas masyarakatnya untuk pertanian.

Pantai Samudera baru berada di Desa Sungai Buntu Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang, juga sebagai Pantai pengganti dari Pantai Pisangan yang ada di Cemarajaya Kecamatan Cibuyaya Kabupaten Karawang, terdapat beberapa keunggulan dan keunikan yang ada yaitu seperti terdapat mini *zoo* dan beberapa kerang unik yang jarang dijumpai, lalu terdapat beberapa atraksi wisata air yaitu; menyewa ban, berenang dan balon perahu. Selain dari pada itu pihak pengelola destinasi wisata Pantai Samudera Baru selalu menyelenggarakan *event* setiap 1 tahun dua kali pada saat hari besar tiba seperti Hari Raya Idul Fitri dan juga Tahun Baru, sedangkan untuk *event* bulanan jarang diselenggarakan dan apabila diselenggarakan pun jika ada *Endorsment*. Tanggal 19 Maret 2023 Pantai Samudera Baru ditunjuk sebagai tempat untuk dijadikan peribadatan umat Hindu yaitu Upacara Melasti dalam rangka Hari Raya Nyepi (Nata, 2024).

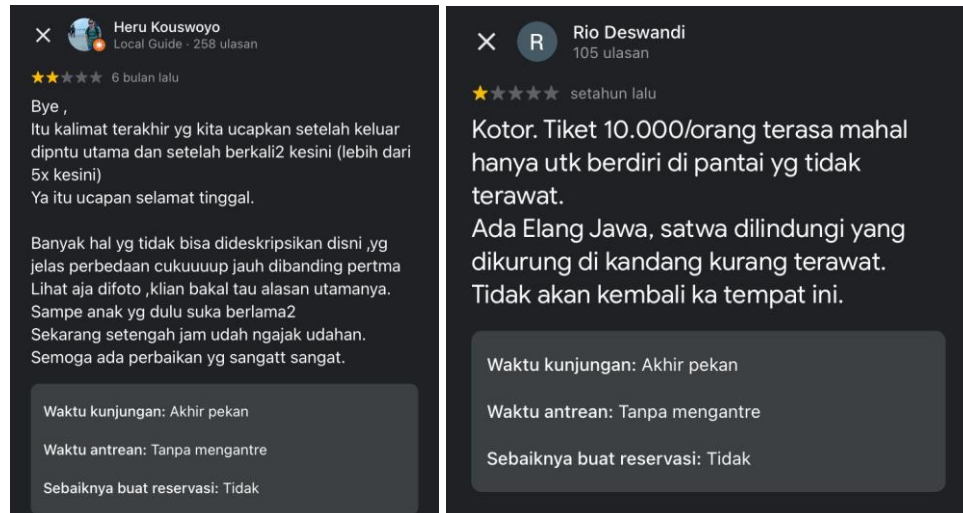
Sementara itu, pada tahun kunjungan destinasi wisata Pantai Samudera Baru mengalami penurunan jumlah pengunjung, berbeda halnya dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2022 yang memiliki jumlah pengunjung yang cukup tinggi. Hal ini disebabkan beberapa faktor seperti citra destinasi yang kurang baik, fasilitas yang kurang terawat, wisatawan antar Kabupaten dan Provinsi yang hilang sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1

Tabel 1. 1
Kunjungan Wisatawan Pantai Samudera Baru Karawang

No	Bulan	Tahun Kunjungan Wisatawan			
		2021	2022	2023	2024
1	Januari	315	3.813	Rob Besar	1.439
2	Februari	153	998	Musim Hujan	1.251
3	Maret	49	878	Ramadhan	465
4	April	102	43	11.535	7.512
5	Mei	6.239	15.827	758	500
6	Juni	560	183	654	46
7	Juli	CORONA	105	878	
8	Agustus	CORONA	368	942	
9	September	CORONA	273	106	
10	Oktober	CORONA	252	236	
11	November	CORONA	295	596	
12	Desember	CORONA	631	1.509	
JUMLAH		7.418	23.666	17.214	11.213

Sumber: (Nata, 2024)

Destinasi wisata Pantai Samudera Baru memiliki jumlah pengunjung yang tidak stabil atau naik turun setiap bulannya, apabila melihat pada komentar dari aplikasi *Google Maps* Pantai Samudera Baru Karawang terdapat pengunjung yang berkomentar terkait dengan citra destinasi Pantai Samudera Baru Karawang dan niat berkunjung kembali ke Pantai Samudera Baru Karawang seperti yang di sajikan pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 *Review* Pengunjung Pantai Samudera Baru Karawang
Sumber : (Google Maps 2024)

Gambar 1.1 terdapat *review* dari pengunjung yang telah berkunjung ke Pantai Samudera Baru Karawang yang memberi komentar kurang baik terhadap citra destinasi Pantai Samudera Baru. sementara itu, pengunjung lain memberikan komentar terkait dengan niat berkunjung kembali, oleh karena itu peneliti akan meneliti tentang pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali di Pantai Samudera Baru Karawang.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan kepada para pengunjung Pantai Samudera Baru Karawang, hasil dari Pra-Penelitian menyebutkan bahwa wisatawan yang telah berkunjung mempunyai niat keinginan untuk berkunjung Kembali dan juga memberi rekomendasi kepada orang lain untuk mengunjungi Pantai Samudera Baru Karawang. Kebanyakan alasan para wisatawan yang memiliki niat untuk berkunjung kembali diantaranya karena terdapat beberapa atraksi wisata air seperti *Swimming*, bebek air juga terdapat keunikan biota laut yang tidak terdapat di Pantai lainnya yang ada di Karawang.

Hasil penelitian dari (Candra dan Hidayah, 2021) menyebutkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali objek wisata kampoeng heritage kajoetangan Malang, selanjutnya hasil penelitian dari (Susanto dan Nursamsu, 2020) menyebutkan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali selain itu, terkandung hubungan positif yang signifikan antara citra destinasi dengan niat berkunjung kembali

wisatawan (Mulyadi *et al*, 2018). Dengan demikian hasil dari beberapa peneliti terdahulu menyebutkan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Destinasi Wisata terkait. Pada dasarnya faktor manusia dan alam yang menentukan apakah wisatawan akan memperoleh pengalaman yang berkesan dan kemudian akan berkunjung kembali atau tidak, selain itu pengelola objek wisata juga harus berusaha memahami kebutuhan wisatawan, selain mendapatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pendapatan daerah, pendekatan yang diambil oleh setiap pengelola objek wisata sebagian besar menentukan apakah mereka dapat memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pengunjung atau tidak. Pengelola wisata harus mampu menciptakan kesan positif dan menarik bagi wisatawan agar mereka yang pernah berkunjung dapat berkunjung kembali di kemudian hari oleh karena itu, pengelola tempat wisata harus menerapkan strategi untuk mendorong dan mengembangkan agar pengunjung dapat kembali.

Citra akan membentuk persepsi dan penggambaran mengenai objek, sehingga wisatawan dapat memberikan penilaian tentang objek tersebut. Citra yang baik merupakan salah satu indikator penentu keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan produk yang dimilikinya. Produk yang berupa barang maupun jasa selalu mengedepankan citra, termasuk destinasi wisata. Citra destinasi sebagai sebuah kesadaran individu tentang suatu tempat tujuan yang terdiri dari evaluasi kognitif dari pengalaman, pembelajaran, emosi dan persepsi (Fletcher, 2018) Citra destinasi merupakan persepsi seseorang tentang produk, benda dan perilaku, serta peristiwa yang didorong oleh keyakinan, perasaan dan serangkaian tujuan dari suatu destinasi atau perjalanan wisata tertentu juga citra destinasi mampu mempengaruhi wisatawan untuk niat berkunjung kembali ke destinasi tersebut (Stylos, 2016).

Citra destinasi ditentukan oleh penilaian yang diberikan wisatawan, ataupun organisasi bisnis obyek wisata mengatur sistem yang ada di perusahaan tersebut. Terkandung sembilan variabel pengukuran dalam citra destinasi yaitu meliputi; lingkungan, wisata alam, acara dan hiburan, sejarah/budaya, infrastruktur, aksesibilitas, relaksasi, kegiatan luar ruangan, serta harga dan nilai yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lain sehingga akan membentuk persepsi wisatawan dalam memberikan penilaian atas apa yang sudah didapatkan. Persepsi dan

penilaian yang baik wisatawan tentang obyek wisata akan meningkatkan niat wisatawan untuk mengunjungi kembali. Citra Destinasi berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkunjung kembali (Allameh, 2017) oleh karena itu, hasil dari beberapa sumber peneliti terdahulu menyebutkan bahwa citra destinasi dapat berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

Dalam proses mengupayakan penciptaan niat berkunjung kembali ini dapat dibentuk oleh pengelola, pemerintah setempat, Dinas terkait, dan juga *stakeholder* seperti misalnya citra destinasi, kualitas destinasi, dan persepsi yang bermakna merupakan strategi yang dikembangkan sehingga dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap destinasi wisata yang dapat berakibat timbulnya keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi wisata tersebut. Niat untuk berkunjung kembali mengacu pada keinginan wisatawan untuk kembali ke lokasi atau objek wisata tertentu, pengelola objek wisata harus menerapkan strategi pemasaran berupa citra destinasi agar dapat meningkatkan niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata tersebut. Hal ini dikarenakan citra destinasi merupakan hasil dari setiap proses yang dialami wisatawan setelah melakukan perjalanan wisata, selain itu kualitas destinasi juga sangat berperan dalam membuat wisatawan untuk memiliki niat berkunjung kembali, kualitas dari objek wisata yang dinilai positif bagi wisatawan akan berdampak pada keinginan untuk berkunjung kembali di masa depan.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan data di lapangan ternyata belum adanya penelitian yang dilakukan di Pantai Samudra baru karawang terutama yang membahas mengenai Pengaruh Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali di lokasi tersebut. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di Pantai Samudera Baru Karawang. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali di Pantai Samudera Baru Karawang”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini dikemukakan sebagai berikut untuk memperjelas arah penelitian dan memperhatikan latar belakang tersebut di atas:

Fajri Farhanul Hakim

PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP NIAT BERKUNJUNG KEMBALI DI PANTAI SAMUDERA BARU KARAWANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Bagaimana pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali di Pantai Samudera Baru Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

Untuk menjelaskan pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung Kembali di Pantai Samudera Baru Karawang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai strategi minat berkunjung kembali terhadap destinasi wisata pantai Samudera Baru karawang adalah:

1. Secara Teoritis

a. Bagi Pantai Samudera Baru Karawang

Temuan penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dan masukan dalam upaya meningkatkan kunjungan niat berkunjung kembali Pantai Samudera Baru Karawang sebagai tujuan wisata.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti dalam menerapkan ilmunya khususnya strategi promosi destinasi wisata.

c. Bagi Akademik

1) Diharapkan dapat menambah dan melengkapi koleksi temuan penelitian mahasiswa bagi akademisi yang mengerjakan isu serupa.

2) Memberikan rangkuman kepada akademisi khususnya tentang analisis rekrutmen pegawai di suatu perusahaan.

3) Dimaksudkan agar penelitian ini bermanfaat bagi industri pariwisata.

d. Bagi Pembaca

Studi ini diantisipasi untuk menjelaskan dan mendapatkan lebih banyak pemahaman tentang niat berkunjung kembali ke Pantai Samudera Baru Karawang.

2. Secara Praktis

1. Bagi Pantai Samudera Baru Karawang

Kajian ini dapat dijadikan masukan dan diperhitungkan oleh pihak internal Pantai Samudera Baru Karawang kedepannya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

2. Bagi Dinas Pariwisata

Temuan studi diharapkan menjadi standar kepuasan berkunjung terhadap Pantai Samudera Baru Karawang.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

- 1) Bab 1 berisi uraian tentang pendahuluan dan merupakan bagian awal yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Struktur Organisasi Skripsi
- 2) Bab II berisi tentang kajian Pustaka dan hipotesis penelitian sebagai landasan teoritik dalam Menyusun pertanyaan penelitian, tujuan, serta hipotesis
- 3) Bab III berisi penjabaran mengenai metode penelitian yang terdiri dari: Desain Penelitian, Partisipan, Populasi dan Sampel, Instrumen Penelitian, Prosedur Penelitian, Analisis Data
- 4) Bab IV Hasil pengolahan data, temuan dan pembahasan
- 5) Bab V Simpulan, implikasi dan rekomendasi