

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata saat ini mempunyai peranan penting di dunia karena dengan adanya perkembangan industri pariwisata dapat membantu pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan pekerjaan yang menguntungkan, serta meningkatkan penghasilan standar hidup. Selain itu, pariwisata dijadikan sebagai penghasil devisa utama pada negara-negara yang sudah maju.

Beberapa wilayah di dunia yang telah membantu memperbaiki kondisi pariwisata internasional adalah Asia sebesar 13% dengan jumlah kedatangan wisatawan internasional mencapai 204 juta. Berkaitan dengan hal tersebut, Indonesia sebagai bagian dari Asia khususnya Asia Tenggara mempunyai peranan penting dalam membaiknya kondisi pariwisata internasional. Pada tahun 2013, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Tanah Air dengan target optimis sebesar 9 juta orang dan target pesimis sebesar 8,5 juta orang.

Tema pariwisata Indonesia pada tahun 2012 adalah "*Green and Creative Tourism*" atau pariwisata yang hijau dan kreatif. *Green tourism* atau juga dikenal sebagai *ecotourism* adalah bentuk turisme yang menjadi alternatif pariwisata komersil standar. Dalam hal ini, aspek kerentanan lingkungan sangat diperhatikan. Artinya, turis diajak untuk peduli dengan lingkungan sekitar dan sebagai pendukung, pemerintah memiliki beberapa kewajiban seperti pendanaan untuk konservasi lingkungan, membangun iklim politik dan ekonomi yang berpihak pada komunitas lokal, dan menghargai perbedaan budaya serta menegakkan hak asasi manusia.

Scoria Novrisa Dewi, 2013

Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap Perilaku Pasca Berkunjung Wisatawan Nusantara

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

Sedangkan *creative tourism* bermakna bahwa Indonesia memiliki manusia-manusia yang kreatif atau mampu berpikir *out of the box*. Berbagai penemuan menarik sudah lahir dari negeri ini meski belum mendapat apresiasi nasional atau internasional. Di tengah melandanya krisis dunia, satu-satunya sektor ekonomi yang tidak terkena dampaknya adalah ekonomi kreatif karena tidak ada yang dapat membatasi kreativitas otak manusia. Ekonomi kreatif juga menjadi satu-satunya sektor ekonomi yang langsung dinikmati warga setempat. (Sumber: <http://travelwan.com/?p=6813>, 14 April 2012)

Dengan adanya tema pariwisata ini diharapkan kegiatan pariwisata di Indonesia menjadi semakin berkembang dan lebih maju dari sebelumnya serta dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus). Untuk mengetahui jumlah wisnus yang melakukan kegiatan kepariwisataan dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini:

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE INDONESIA
TAHUN 2007-2012

TAHUN	JUMLAH WISNUS	RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA-RATA LAMA TINGGAL (HARI)	PENERIMAAN DEvisa (JUTA USD)
		PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2007	5.158.441	839,64	88,79	9,24	4.331,23
2008	4.996.594	1.049,72	96,69	10,62	5.245,02
2009	5.053.269	977,39	109,80	8,81	4.939,01
2010	6.235.606	976,65	117,59	8,20	6.090,00
2011	6.594.231	934,50	121,53	7,67	6.162,31
2012	517.608*)	Data belum Tersedia			

Sumber: Pusdatin Kemenparekraf & BPS 2012

Jumlah wisnus yang melakukan kegiatan kepariwisataan mengalami *fluktuatif*. Terjadi penurunan pada tahun 2008 dan kembali naik pada tahun 2009 hingga 2011. Wisnus yang melakukan perjalanan wisata dikarenakan adanya faktor pendorong sebagai motivasi untuk melakukan perjalanan seperti rekreasi,

pendidikan, kegiatan bisnis, keinginan untuk bersenang-senang, serta adanya daya tarik di destinasi pariwisata yang dituju dengan didukung oleh aksesibilitas dan akomodasi yang tersedia di tempat tujuan. Berdasarkan data tersebut diharapkan pariwisata di Indonesia dapat terus meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengungkapkan daya saing pariwisata Indonesia naik ke peringkat 74 pada 2011 dari sebelumnya ranking 81 pada 2009 dari 139 negara. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Mari Elka Pangestu di Jakarta, Kamis mengatakan, hal itu menjadi indikasi yang baik bagi sektor pariwisata Indonesia untuk berkembang lebih maju. (Sumber: www.indonesia.go.id, 20 April 2012).

Sedangkan dalam tingkat Asia, Indonesia mendapat peringkat ke-3 terfavorit kategori kunjungan pariwisata se-Asia atau Go Asia Award 2012 dalam Bursa Pariwisata Internasional (Internationale Tourismus Borse/ITB), 7-11 Maret 2012 di Messegelände, Berlin. Posisi pertama dan kedua ditempati Thailand dan Singapura. (Sumber: www.travel.kompas.com, 22 April 2013)

Dengan adanya peningkatan peringkat daya saing tersebut, diharapkan pemerintah berupaya untuk semakin meningkatkan dan memperbaiki segala bidang kepariwisataan. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu mengemukakan bahwa desa wisata potensial menjadi basis pengembangan ekonomi kreatif. Beliau mengapresiasi terhadap apa yang sudah dikembangkan selama ini di sektor pariwisata terutama desa wisata yang produknya terkait erat dengan industri kreatif. Banyak produk di kawasan desa wisata yang mampu membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, produk-produk dari desa wisata yang hampir seluruhnya hasil kreasi industri

kreatif juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke desa tersebut. Selanjutnya, pemerintah tidak sekadar akan mempromosikan sebuah destinasi pariwisata tetapi juga produk atau kerajinan yang dihasilkan di kawasan tersebut sebagai basis atau sumber ekonomi kreatif. (Sumber: <http://www.antaraneews.com>, 26 Oktober 2011)

Oleh karena itu, pemerintah sedang mengembangkan beberapa daerah yang berpotensi untuk menjadi destinasi pariwisata yang dapat dilihat dalam Peringkat Daya Saing Destinasi Pariwisata Indonesia pada tabel berikut ini:

TABEL 1.2
PERINGKAT DAN DAYA SAING DESTINASI PARIWISATA INDONESIA

Provinsi	Peringkat	Skor Daya Saing Destinasi (Total)
Kepulauan Riau	1	444,63
Sulawesi Utara	2	378,77
Sumatera Utara	3	377,58
Sulawesi Selatan	4	323,71
Sumatera Barat	5	321,71
Nusa Tenggara Timur, Maluku	6	295,15
Bangka Belitung	7	288,70
Papua	8	275,63
Papua Barat	9	252,98

Sumber: Cetak Biru Pengembangan Destinasi Pariwisata Indonesia (2007-2014), Budpar.

- *) Skor daya saing destinasi DKI : 630,69 dan Bali : 605,96.
- *) Skor total didapat dari nilai keseluruhan indikator yang meliputi lingkungan, sarana dan prasarana, SDM pariwisata, aksesibilitas, manfaat pada masyarakat, sosial, harga, dan teknologi.

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa Kepulauan Riau (Kepri) menempati peringkat pertama dalam daya saing destinasi pariwisata yang sedang dikembangkan oleh pemerintah di luar skor daya saing DKI dan Bali dikarenakan kedua destinasi ini merupakan destinasi yang sudah berkembang.

Provinsi Bangka Belitung menduduki Peringkat ke-7 dengan skor 288,70. Hal ini menggambarkan bahwa Bangka Belitung harus terus berupaya

meningkatkan daya saingnya agar bisa menduduki peringkat atas dalam daya saing destinasi pariwisata Indonesia.

Provinsi ini terdiri dari 2 Pulau yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung serta terbagi menjadi 7 Kabupaten. Pada awalnya Pulau Belitung hanya terdiri dari 1 Kabupaten. Namun pada tahun 2003 diadakan pemekaran wilayah menjadi 2 Kabupaten yaitu Kabupaten Belitung dan Kabupaten Belitung Timur.

Kabupaten Belitung memiliki berbagai potensi wisata seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 1.3
POTENSI WISATA KABUPATEN BELITUNG

No.	Jenis Produk dan Jasa	Produk dan Jasa yang ditawarkan
1.	Wisata Alam	Pantai Tanjung Pendam, Pantai Tanjung Kelayang, Pantai Mabai, Pantai Tanjung Tinggi, Pantai Penayeran, Pantai Marina, Pantai Tanjung Kiras, Pantai Teluk Gembira, Pantai Penyabong, Pantai Batu Lubang, Pulau Lengkuas dan Mercusuar, Pulau Burung, Pulau Kepayang, Pulau Batu Dinding, Bukit Berahu, Kampung Nelayan Tanjung Binga, Pantai Awan Mendung, Pemandian Alam Jerry, Air Terjun Batu Mentas, Air Terjun Gurok Beraye, Bukit Batu Baginde, Pemandian Alam Tirta Merundang Indah.
2.	Wisata Budaya	Maras Taon, Beripat Beregong, Berinai, Betiong, Mauludan, Mandi Besimbor, Tari Sembah, Tari Tulak Balak, Dul Mulok.
3.	Kerajinan	Batu Satam (Batu Meteor), Terindak, Kerajinan Tangan, Penyu, Kerajinan Kerang, Kerajinan tangan Satam

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung, 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Kabupaten Belitung memiliki potensi wisata yang cukup baik untuk membuat pariwisata di Kabupaten Belitung dapat lebih berkembang menjadi salah satu destinasi pariwisata andalan di Indonesia. Dengan kekayaan serta keindahan alam dan budaya yang dimiliki, pemerintah daerah harus mengambil langkah positif dalam memaksimalkan pemanfaatan potensi wisata tersebut sebagai faktor penarik dalam upaya

meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Jumlah wisman maupun wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Belitung dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut ini:

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN BELITUNG
TAHUN 2006-2012

Tahun	Wisnus	Wisman	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2006	17.233	1.072	18.305
2007	23.188	1.421	24.609
2008	29.945	2.053	31.998
2009	39.499	2.734	42.233
2010	49.118	1.383	50.501
2011	82.584	1.309	83.893
2012	110.638	975	111.613

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung, 2013

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung dari tahun 2006 hingga 2012 terus mengalami peningkatan terutama pada tahun 2011 yang naik sebesar 39,8%. Sedangkan pada tahun 2012 jumlah kunjungan wisatawan meningkat sebesar 24,83%. Walaupun dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan meningkat, namun berdasarkan persentase tersebut, terjadi penurunan sebesar 14,97%. Hal ini merupakan bukti bahwa kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung secara persentase mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya.

Menurut wawancara peneliti dengan beberapa pengelola Tour and Travel di Kabupaten Belitung di antaranya adalah BelitungIsland.COM dan BelitungTour.Net pada Januari 2012, banyak wisatawan yang berpendapat bahwa obyek wisata di Belitung sangat bagus, namun akomodasi dan infrastruktur penunjang kepariwisataan pada saat ini masih kurang, seperti fasilitas kebersihan WC umum dan air bersih, serta kurang tersedianya sarana transportasi umum bagi wisatawan. Beberapa wisatawan juga menginginkan adanya atraksi wisata khas dari suatu destinasi, sedangkan di Belitung hanya

mengadakan acara festival budaya maupun kesenian daerah di waktu-waktu tertentu.

Selain itu, salah satu *thread* dalam situs *femaledaily.com* mengenai “*Traveling Bangka & Belitung: Negeri Laskar Pelangi*” sampai dengan 23 Januari 2012 terdapat 100 komentar mengenai pengalaman mereka berwisata di Pulau Bangka dan Pulau Belitung. Sebagian besar dari mereka merasa senang, puas dan ingin kembali berkunjung ke Belitung. Mereka juga saling memberikan rekomendasi mengenai travel, hotel, tempat-tempat yang menarik untuk dikunjungi, bahkan mengungkapkan berbagai kekurangan yang ada di Pulau Belitung seperti kurang tersedia transportasi umum, mesin ATM yang hanya tersedia di kota, fasilitas dan *service* hotel masih kurang, dan tiket pesawat yang relative mahal dikarenakan hanya ada 2 maskapai penerbangan.

Kemudian, dalam *thread* “Menguak Keindahan Indonesia (Bangka Belitung Explored)” dalam situs <http://www.kaskus.us/> juga mengungkapkan tentang kekaguman dengan obyek wisata yang ada di Belitung serta pengalaman buruk ketika berkunjung ke Pulau Lengkuas, salah satu pulau kecil yang ada di sekitar Belitung.

Beberapa hal tersebut merupakan perilaku wisatawan pasca berkunjung ke Belitung (*post-visit behavior*). Sesuai dengan Kotler dan Keller (2012:172), ada tiga langkah yang menyangkut perilaku pasca berkunjung, yaitu kepuasan pasca berkunjung (*post-visit satisfaction*), tindakan pasca berkunjung (*post-visit actions*) dan (*post-visit uses*) keinginan untuk berkunjung kembali atau menggunakan jasa kembali.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan pra penelitian untuk mengetahui perilaku pasca berkunjung wisatawan. Pra penelitian ini dilakukan di

Kota Tanjungpandan Kabupaten Belitung tepatnya di Bandara HAS Hanandjoedin pada tanggal 5 Oktober 2012 sampai dengan 14 Oktober 2012 dengan menggunakan kuesioner dan responden sebanyak 20 orang.

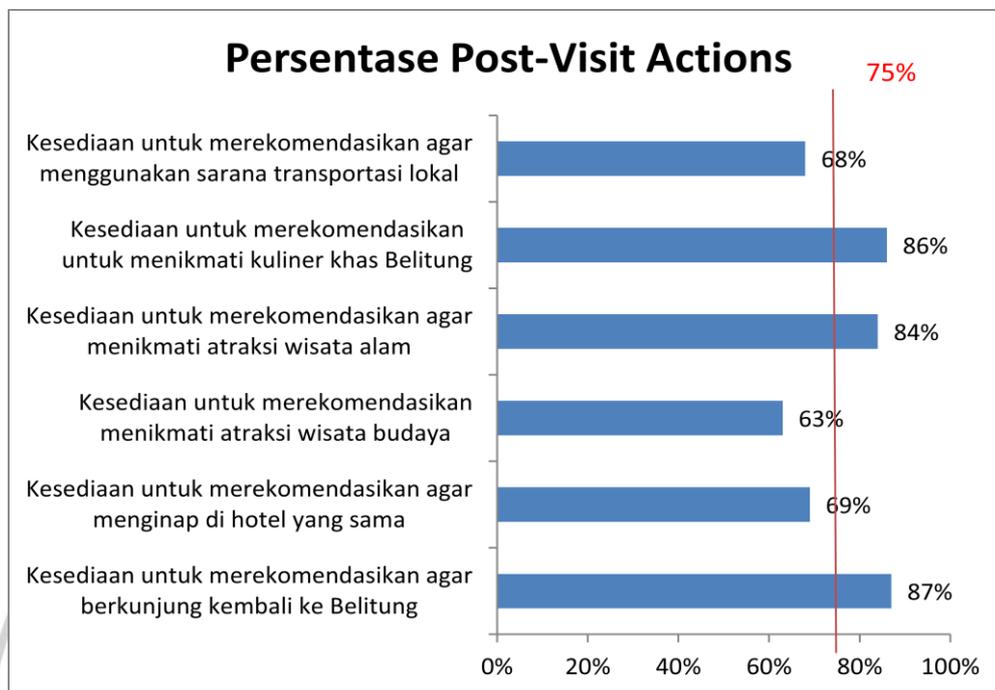
Adapun hasil dari pra penelitian mengenai *post-visit satisfaction* dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini.



GAMBAR 1.1
PERSENTASE POST-VISIT SATISFACTION

Berdasarkan Gambar 1.1 skor rata-rata kepuasan wisatawan setelah berkunjung terhadap sarana transportasi lokal, kuliner, atraksi wisata alam, atraksi wisata budaya, akomodasi, dan destinasi Belitung adalah 74%. Dapat diketahui bahwa terdapat 3 aspek yang berada di bawah skor rata-rata yaitu kepuasan terhadap sarana transportasi lokal, atraksi wisata budaya, dan akomodasi. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan wisatawan setelah berkunjung ke Belitung.

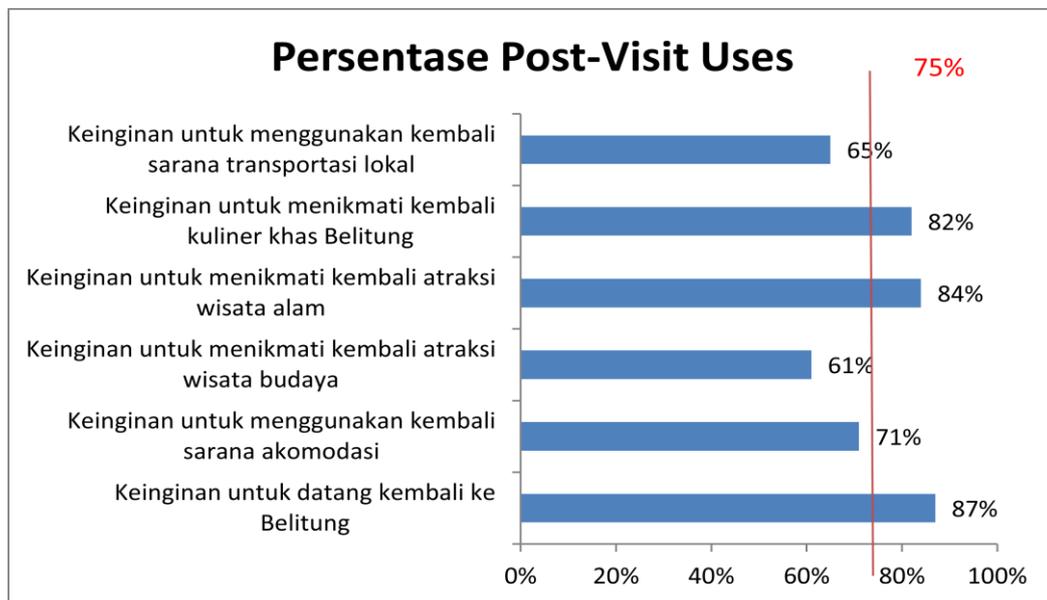
Selanjutnya, untuk mengetahui presentase hasil dari pra penelitian mengenai *post-visit actions* dapat dilihat pada Gambar 1.2 berikut ini.



GAMBAR 1.2
PRESENTASE POST-VISIT ACTIONS

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa skor rata-rata tindakan wisatawan setelah berkunjung ke Belitung adalah 75%. Terdapat 3 aspek yang berada di bawah skor rata-rata yaitu kesediaan untuk merekomendasikan sarana transportasi lokal, kesediaan untuk merekomendasikan menikmati atraksi wisata budaya, dan kesediaan untuk merekomendasikan agar menginap di hotel yang sama. Hal tersebut menunjukkan bahwa setelah berkunjung ada kemungkinan wisatawan merasa enggan untuk merekomendasikan sarana wisata yang ada kepada rekannya.

Untuk mengetahui presentase hasil dari pra penelitian mengenai *post-visit uses* dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut ini.



**GAMBAR 1.3
PERSENTASE POST-VISIT USES**

Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa skor rata-rata keinginan wisatawan setelah berkunjung ke Belitung untuk datang kembali ke Belitung, keinginan untuk menggunakan kembali sarana akomodasi, keinginan untuk menikmati kembali atraksi wisata budaya, keinginan untuk menikmati kembali atraksi wisata alam, keinginan untuk menikmati kembali kuliner khas Belitung dan keinginan untuk menggunakan kembali sarana transportasi lokal adalah sebesar 75%. Terdapat 3 aspek yang berada di bawah skor rata-rata, yaitu keinginan untuk menggunakan kembali sarana akomodasi, keinginan untuk menikmati kembali atraksi wisata budaya, keinginan untuk menggunakan kembali sarana transportasi lokal. Hal ini berarti wisatawan setelah berkunjung ada kemungkinan mereka tidak ingin kembali menggunakan akomodasi yang sama, menikmati atraksi wisata budaya, dan juga menggunakan sarana transportasi lokal yang sama.

Dari hasil pra penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa ada beberapa aspek dalam setiap dimensi yang nilainya masih dibawah rata-rata seperti ketidakpuasan terhadap sarana transportasi lokal, atraksi wisata budaya, dan akomodasi. Hal ini menyebabkan para wisatawan tidak bersedia merekomendasikan aspek-aspek ini kepada rekannya dan juga mereka tidak ingin menggunakannya kembali. Oleh karena itu, diharapkan adanya upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah (Pemda) Kabupaten Belitung untuk memperbaiki beberapa aspek yang dinilai masih kurang serta meningkatkan beberapa aspek yang penilaiannya sudah cukup baik.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Kepala Bidang Pemasaran Disbudpar Kabupaten Belitung, Ibu Anita pada tanggal 30 Januari 2012 pukul 09.00 WIB, Kabupaten Belitung sedang dalam tahap meningkatkan citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung karena sebelumnya Belitung dikenal sebagai daerah pertambangan penghasil timah.

Dari segi *cognitive image*, meningkatkan daya tarik wisata, memperbaiki infrastruktur maupun kebersihan lingkungan, memperbanyak hiburan atau *outdoor activities*, dan memperkenalkan budayanya. Sedangkan dari segi *unique image*, Kabupaten Belitung harus lebih menekankan pada keunikan lingkungan alamnya, keunikan kulinernya maupun souvenirnya, serta meningkatkan atraksi lokal yang menjadi ciri khas dari destinasi ini. Dari segi *affective image*, destinasi pariwisata Kabupaten Belitung melakukan beberapa perbaikan sarana dan prasarana demi kenyamanan wisatawan selama berwisata di Belitung.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Hailin Qu *et al.*, (2010:6-7) yang menyatakan bahwa citra destinasi terdiri dari *cognitive image*, *unique image*, dan *affective image*.

Selain itu, peneliti melakukan wawancara dengan Bapak Rohili selaku Kepala Seksi Promosi Pariwisata Disbudpar Kabupaten Belitung pada tanggal 17 Januari 2012 pukul 15.30 WIB. Untuk lebih jelasnya, peneliti menyajikan inti dari wawancara tersebut ke dalam tabel 1.5 berikut ini.

TABEL 1.5
HASIL WAWANCARA

No.	Program yang Dilakukan	Implementasi
1.	Verifikasi Objek atau Pengembangan Produk Wisata	Membangun berbagai sarana dan prasarana penunjang kegiatan wisata di Pantai Tanjung Pendam yang merupakan salah satu lokasi <i>shooting</i> Film Laskar Pelangi oleh Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) contohnya membangun panggung hiburan untuk pagelaran kesenian daerah maupun festival budaya, berbagai sarana olahraga, mushola, toilet umum. Sebagai prestasi yang membanggakan, kawasan wisata pantai Tanjung Pendam terpilih dan masuk 9 besar dalam ajang Anugerah Citra Pesona Wisata Award (Cipta Award). Penghargaan langsung diberikan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kepada Bupati Belitung pada tanggal 28 September 2012.
2.	Mengadakan event seperti festival budaya dan Event Wisata	Mengadakan festival budaya yang untuk memperkenalkan dan melestarikan kebudayaan daerah seperti Festival Muang Jong, Maras Taun, Beripat Beregong, Dulmulok, Begubang, dan sebagainya. Festival ini diadakan di waktu-waktu tertentu sesuai dengan aturan adat di sana. Selain itu, <i>event</i> wisata tahunan <i>Sail Indonesia</i> yang rutin diadakan setiap tahun dari tahun 2007 hingga 2012 di Pulau Belitung tepatnya di Pantai Tanjung Kelayang juga merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk memperkenalkan pariwisata Belitung.
3.	Promosi	Membuat <i>booklet</i> , <i>leaflet</i> , <i>brosur</i> , <i>baleho</i> , <i>banner</i> , pemasangan iklan di berbagai media cetak maupun elektronik, adanya situs resmi pariwisata Belitung seperti www.visitbangkabelitung.com dan www.disbudpar.belitungkab.go.id serta berbagai situs lainnya yang dapat dengan mudah diakses oleh wisatawan untuk mengetahui informasi mengenai daya tarik wisata di Kabupaten Belitung. Kemudian diadakannya <i>event</i> pemilihan Bujang Dayang Belitung di setiap Kabupaten hingga ke tingkat Provinsi sebagai Duta Wisata Daerah sebagai partisipasi putra-putri daerah untuk memperkenalkan kesenian dan kebudayaan daerah dalam <i>event</i> pariwisata nasional maupun Internasional.

Sumber: Hasil Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Pariwisata Disbudpar

Scoria Novrisa Dewi, 2013

Pengaruh Citra Destinasi Pariwisata Kabupaten Belitung Terhadap Perilaku Pasca Berkunjung Wisatawan Nusantara

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

Berdasarkan hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, banyak wisnus mengunjungi Pulau Belitung karena tertarik pada keindahan panorama alam Pulau Belitung setelah menonton film Laskar Pelangi. Sebelum adanya Laskar Pelangi, Pulau Belitung kurang begitu dikenal keindahannya bahkan masih banyak orang yang tidak tahu mengenai keberadaan Pulau ini.

Garuda Magazine edisi bulan Oktober 2011 memilih Belitung menjadi salah satu dari 25 tempat paling menarik untuk melakukan *tour* di Indonesia. Artikel singkat di majalah tersebut memberi perhatian khusus kepada program *tour* Laskar Pelangi. Pengunjung memiliki kesempatan menjelajahi napak tilas cerita Laskar Pelangi yang merupakan film terlaris sepanjang sejarah film Indonesia, dari novel hasil karya Andrea Hirata. Artikel juga memberi perhatian pada wisata keindahan pantai-pantai dan aktivitas *tour* seperti *snorkeling* dan bermain perahu. (Sumber: www.belitungisland.com, 28-12-2011).

Pulau Belitung menempati peringkat ke-7 dari 56 obyek wisata di Sumatera yang direkomendasikan oleh wisatawan dalam Tripadvisor.co.id, Minggu (1/4) berdasarkan kalkulasi hasil polling sejumlah wisatawan. Pulau Belitung mendapatkan ulasan dari 15 wisatawan yang menjadi anggota Tripadvisor.co.id. Selain memberikan ulasannya, para wisatawan juga mengikuti polling dengan lima pilihan penilaian yakni, luar biasa, sangat bagus, rata-rata, buruk, dan mengerikan. Statistik di website pariwisata ini menunjukkan, penilaian luar biasa 8 suara, sangat bagus 5 suara, rata-rata 1 suara, buruk 1 suara, dan mengerikan nol suara. (www.bangkapos.com, 1 April 2012).

Dengan adanya berita tersebut, diharapkan dapat meningkatkan citra Belitung sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia.

Seperti yang dijelaskan dalam Jurnal Manuela Guerreiro, Patrícia Oom do Valle and Júlio Mendes (2011:185) menjelaskan bahwa pentingnya citra destinasi diakui secara universal, terutama dalam hal pengaruh persepsi dan perilaku pada pengambilan keputusan wisatawan sebelum, selama dan setelah melakukan kunjungan ke suatu destinasi pariwisata. Literatur pariwisata menunjukkan perkembangan teoritis dan empiris yang cukup besar dalam citra destinasi dari perspektif dan perilaku wisatawan setelah melakukan kunjungan (*post-visit behavior*).

Dengan adanya perilaku pasca berkunjung dapat diketahui bahwa akan terlihat kepuasan dan ketidakpuasan yang dirasakan oleh wisatawan setelah berkunjung ke Belitung, keinginan untuk berkunjung kembali, atau kesediaan untuk merekomendasikan Belitung kepada orang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan suatu penelitian mengenai **“PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG TERHADAP PERILAKU PASCA BERKUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung.
2. Bagaimana perilaku pasca berkunjung wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Belitung.

3. Bagaimana pengaruh citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung terhadap perilaku pasca berkunjung wisnus yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Belitung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung.
2. Perilaku pasca berkunjung wisnus yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Belitung.
3. Pengaruh citra destinasi Belitung sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia terhadap perilaku pasca berkunjung wisnus yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Belitung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran, khususnya di bidang pemasaran destinasi pariwisata melalui pengaruh citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung terhadap perilaku pasca berkunjung wisnus serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung serta bagi para pengusaha pariwisata dalam memasarkan potensi wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Belitung, dapat mengetahui pengaruh citra destinasi pariwisata Kabupaten Belitung terhadap perilaku pasca berkunjung wisnus serta untuk menarik wisatawan yang berkunjung ke Belitung serta dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti.

