

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia dengan sektor pariwisata yang penting. Sektor pariwisata berperan strategis dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi baik terhadap pendapatan maupun menciptakan lapangan kerja, serta turut dalam pengelolaan sumber daya alam, budaya, dan perkembangan wilayah. Dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, keragaman budaya, dan pengetahuan lokal yang ada dari ujung Sabang sampai Merauke, industri pariwisata Indonesia memiliki potensi yang luar biasa. Keindahan alam tanah air ini, yang meliputi gunung, danau, air terjun, pantai, serta tradisi budaya dan kuliner yang khas, sangat berlimpah. Maka dari itu, Indonesia menjadi salah satu tujuan wisata utama di dunia. Sayangnya, potensi besar yang ada di Indonesia belum sepenuhnya dimanfaatkan di beberapa daerah tertentu. Hal ini menyebabkan banyak tempat wisata yang belum dijelajahi oleh pengunjung. Pemerintah dan masyarakat bekerja sama untuk terus meningkatkan daya saing sektor pariwisata melalui peningkatan akses dan pemasaran digital. Tujuannya adalah agar sektor pariwisata tidak hanya menjadi penghasil devisa utama bagi negara, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Selain itu, langkah ini akan membantu meningkatkan citra positif pariwisata Indonesia di tingkat global (Rahma, 2020).

Maka, upaya untuk menjadikan bisnis pariwisata Indonesia lebih baik dalam bersaing jelas terkait dengan pokok pikiran bagaimana mengelola pemasaran, di mana suatu tempat yang dikunjungi orang harus mampu memberi kesan yang baik, memberi momen menyenangkan, dan memenuhi keinginan wisatawan, sehingga mereka merasa senang dan ingin berkunjung lagi. Menurut (Rahmah, 2025) Manajemen pemasaran adalah proses strategis yang mencakup analisis pasar, penetapan tujuan, dan pengendalian bauran pemasaran untuk menciptakan nilai dan loyalitas pelanggan. Citra destinasi merupakan kombinasi dari kesan kognitif, afektif, dan konatif yang terbentuk melalui pengalaman dan informasi yang diterima wisatawan mengenai suatu destinasi. Semakin positif citra yang ada, semakin besar juga kemungkinan wisatawan merasa puas dan mempunyai rasa ingin berkunjung (Rizkiah & Abdillah, 2025).

Menurut Lončarić (2018) dalam (Martalia, 2022) Pengalaman perjalanan merupakan komponen krusial dari setiap perjalanan dan didefinisikan sebagai fenomena sosio-psikologis yang dipengaruhi oleh ekspektasi wisatawan serta norma, nilai, dan karakteristik destinasi. Pengalaman dianggap sebagai salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan. Jika pengelola pariwisata ingin memuaskan wisatawan, mereka harus mengembangkan objek wisata dengan cara yang memuaskan dan memberikan pengalaman psikologis yang berkesan. Untuk itu, mereka harus memperhatikan indikator-indikator seperti kenikmatan, pengalaman baru, budaya lokal, kesegaran, dan pengetahuan (Dianty et al., 2021). Pengalaman wisata juga memengaruhi niat untuk berkunjung kembali. Pengalaman ini mencakup evaluasi subjektif terhadap aspek afektif, kognitif, dan perilaku, mulai dari perencanaan perjalanan dan pengalaman hingga kenangan pasca perjalanan (Yussabila, 2025).

Selain pengalaman wisata itu sendiri, fasilitas merupakan faktor kunci dalam kepuasan wisatawan. Fasilitas ini, termasuk infrastruktur wisata, mendukung fungsi destinasi wisata dan memenuhi semua kebutuhan wisatawan. Fasilitas juga berfungsi untuk meningkatkan dan memperkaya kenyamanan di destinasi wisata (Sukardi & Afidah, 2024). Dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana wisata merupakan komponen terpenting dalam menunjang destinasi wisata, karena keberadaan sarana dan prasarana sangat berpengaruh langsung terhadap kenyamanan dan kepuasan wisatawan (Rosita, 2022). Sarana pariwisata dapat diimplementasikan sebagai sarana dan prasarana yang disediakan oleh pengelola destinasi untuk memenuhi kebutuhan pengunjung (Yussabila, 2025). Fasilitas wisata dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan, dan memenuhi kebutuhan mereka selama perjalanan menuju destinasi. Fasilitas ini meliputi transportasi, akomodasi, petunjuk arah, makanan dan minuman, serta layanan lain yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan (Supraptini & Supriyadi, 2020).

Oleh karena itu, ketersediaan fasilitas yang memudahkan akses wisatawan merupakan faktor yang dapat memengaruhi kenyamanan dan kemudahan mereka selama menginap di suatu destinasi. Semakin lengkap dan berkualitas fasilitas yang ditawarkan, semakin puas pula wisatawan dengan kunjungannya (Rahmawati & Hanif, 2025). Kepuasan wisatawan merupakan salah satu tolok ukur keberhasilan pengembangan pariwisata. Evaluasi berkala terhadap fasilitas pariwisata yang disediakan pengelola perlu dilakukan untuk mengetahui kualitas destinasi di mata pengunjung. Kepuasan wisatawan menjadi tolak ukur dalam meningkatkan kualitas produk pariwisata untuk mendorong kunjungan dan membentuk loyalitas wisatawan. Secara garis besar, tingkat kepuasan berarti tahapan reaksi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa (Nugraha, 2024).

Teori ini menyatakan bahwa minat adalah dorongan atau stimulus internal yang kuat yang memotivasi tindakan. Dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif terhadap produk. Dapat diasumsikan bahwa minat untuk mengunjungi suatu produk berkaitan dengan minat untuk melakukan pembelian. Hal ini didasarkan pada bukti perilaku konsumen yang serupa dalam praktik, di mana konsumen seperti halnya pengunjung objek wisata mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian (Kotler & Keller, 2016). Niat berkunjung kembali (*repeated visit*) merupakan keinginan atau hasrat seseorang untuk kembali lagi ke suatu destinasi atau tempat setelah sebelumnya pernah mengunjunginya sebelumnya (Pratiwi et al., 2025). Dalam konteks pariwisata, minat untuk melakukan kunjungan berulang merupakan indikator penting keberhasilan suatu destinasi wisata. Hal ini mencerminkan kepuasan dan pengalaman positif yang dialami wisatawan pada kunjungan sebelumnya, serta keinginan mereka untuk kembali atau mengunjungi destinasi wisata tersebut (Supraptini & Supriyadi, 2020).

Semakin tinggi tingkat kepuasan terhadap suatu destinasi wisata, maka semakin meningkat kepuasan yang dirasakan (Rahmawati & Wahyuningsih, 2024). Citra destinasi wisata tidak secara signifikan memengaruhi kepuasan atau niat kembali, karena persepsi positif saja tidak cukup untuk menghasilkan kepuasan atau minat untuk kembali. Meskipun dalam penelitian sebelumnya, keindahan alam Pantai Gemah dianggap menarik, faktor-faktor lain seperti kurangnya kebersihan, banyaknya ulasan negatif di media sosial, dan

preferensi wisatawan muda terhadap destinasi baru menghalangi citra yang sudah ada untuk memengaruhi keputusan untuk kembali. Oleh karena itu, citra destinasi wisata bukanlah faktor penentu kepuasan wisatawan atau niat kembali (Rohmania, 2022).

Maka dari hal tersebut selain citra destinasi, penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sinatria, 2023) Menunjukkan bahwa, pengalaman wisata yang berkesan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan serta minat berkunjung kembali pada destinasi wisata. Pengalaman wisatawan tidak berkontribusi secara signifikan terhadap kunjungan berulang. Pengalaman yang tak terlupakan, tidak selalu menjadi insentif bagi wisatawan untuk kembali berkunjung. Banyak wisatawan lebih suka menjelajahi tempat baru, bahkan setelah pengalaman positif sebelumnya. Selain itu faktor- faktor seperti akses yang sulit, biaya perjalanan yang tinggi, serta fasilitas dan layanan yang tidak memadai tidak cukup untuk menciptakan pengalaman tak terlupakan untuk kunjungan berikutnya. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan merasa puas dan berminat untuk kembali (Alfin et al., 2023). Kepuasan pengunjung tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk kembali, karena pengalaman negatif terkait fasilitas dan kenyamanan perjalanan mengurangi motivasi untuk kembali, artinya kepuasan tidak dapat diubah menjadi niat tindakan (Rohmania, 2022).

Banyak daerah, misalnya di provinsi Jawa Timur dengan kota-kota seperti Surabaya, Malang, dan Banyuwangi, menonjolkan potensi pariwisatanya. Banyuwangi kaya akan keindahan alam, termasuk Kawah Ijen, Pantai Boom, Pantai Pulau Merah, Taman Nasional Alas Purwo, Teluk Hijau, G-Land, Pulau Tabuhan, Pantai Cacalan, Pantai Sukamade, Pantai Wedi Ireng, dan masih banyak lagi. Salah satu contohnya adalah Pantai Boom di Kampung Mandar, Kabupaten Banyuwangi, Prefektur Banyuwangi, Jawa Timur. Pantai Boom menawarkan banyak kesempatan berfoto yang menarik, termasuk jembatan melingkar, bangunan bersejarah unik dari era kolonial Belanda, dan dermaga kapal pesiar terapung. Pantai ini juga telah menjadi tuan rumah berbagai festival nasional dan internasional, seperti Festival Gandrung Sewu, Festival Jazz Pantai, dan Festival Kopi. Dari Pantai Boom di Banyuwangi, pengunjung dapat menikmati pemandangan Pulau Bali tanpa halangan.

Pantai Boom Banyuwangi merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar sebagai kawasan rekreasi pesisir. Keunikan panorama alam serta letaknya yang strategis menjadikan Pantai Boom sebagai salah satu tujuan wisata yang sering diandalkan dalam promosi pariwisata daerah. Sebagai salah satu daerah yang dijuluki "*Sunrise of Java*", Banyuwangi terus berkembang melalui inovasi di sektor pariwisata. Hal ini mencakup pengembangan destinasi, peningkatan upaya periklanan, dan penyelenggaraan berbagai acara besar untuk menarik lebih banyak wisatawan domestik dan internasional. Langkah-langkah tersebut membuat Banyuwangi menjadi salah satu daerah dengan pertumbuhan pariwisata tercepat di Jawa Timur. Namun, perkembangan ini tidak serta-merta menghilangkan tantangan yang masih dihadapi oleh beberapa destinasi, termasuk Pantai Boom.

Salah satu persoalan yang muncul adalah citra destinasi yang belum terbentuk secara kuat dan positif di mata wisatawan. Meskipun telah dilakukan beberapa upaya

pengembangan, sebagian pengunjung masih memiliki persepsi yang kurang baik mengenai kebersihan, kenyamanan, dan daya tarik yang tersedia. Persepsi yang kurang mendukung ini dapat menghambat proses pembentukan citra positif Pantai Boom sebagai destinasi wisata unggulan. Citra yang belum optimal dapat menimbulkan keraguan dalam benak wisatawan, sehingga berpengaruh pada keputusan mereka untuk berkunjung ataupun kembali di kemudian hari. Selain itu, pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung sering kali belum sesuai dengan ekspektasi. Terdapat ketidaksinkronan antara promosi yang diterima wisatawan dengan kondisi nyata yang mereka temui di lapangan. Beberapa pengunjung menyampaikan bahwa aktivitas wisata yang ditawarkan masih terbatas, pelayanan belum konsisten, serta kenyamanan selama berkunjung belum sepenuhnya terpenuhi.

Tidak hanya itu, ketersediaan fasilitas dan infrastruktur wisata di Pantai Boom juga dinilai belum memadai. Beberapa sarana seperti area parkir, toilet umum, jalur pejalan kaki, maupun fasilitas pendukung lainnya belum memberikan kenyamanan maksimal bagi wisatawan. Infrastruktur yang kurang efisien dapat menghambat kelancaran aktivitas wisata dan menimbulkan kesan negatif, sehingga mengurangi kualitas kunjungan secara keseluruhan. Kondisi ini menjadi faktor penting yang perlu dikaji lebih lanjut. Ketika wisatawan tidak mendapatkan pengalaman yang memuaskan, mereka cenderung enggan untuk kembali dan bahkan tidak merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Jika situasi ini terus berlanjut, Pantai Boom dapat mengalami penurunan jumlah kunjungan yang berdampak pada sektor pariwisata dan perekonomian masyarakat sekitar. Penelitian ini menjadi urgensi karena dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kualitas destinasi Pantai Boom. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengelola dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif, sehingga Pantai Boom dapat menjadi destinasi yang lebih kompetitif, berkelanjutan, dan mampu memberikan pengalaman wisata yang memuaskan bagi para pengunjung.

Tabel 1. 1 Tabel Pengunjung Pantai BOOM Banyuwangi Tahun 2022-2025

No	Data Bulan	Data Kunjungan Pantai BOOM Banyuwangi			
		2022	2023	2024	2025
1.	Januari	3.850	780	7.895	6.540
2.	Februari	3.420	850	1.054	4.120
3.	Maret	4.560	1.650	10.973	6.845
4.	April	4.980	920	1.778	2.130
5.	Mei	5.420	980	924	1.250
6.	Juni	4.650	1.020	786	1.180
7.	Juli	4.210	1.080	565	820
8.	Agustus	4.500	1.150	1.438	1.350
9.	September	4.320	1.950	644	980
10.	Oktober	5.860	1.100	18.250	15.250
11.	November	4.386	930	8.532	7.450
12.	Desember	4.386	931	13.347	8.270
Total		54.276	13.341	66.185	56.185

Sumber: Pengelola Pantai Boom Banyuwangi 2025

Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan Pantai Boom Banyuwangi selama periode 2022–2025, terlihat bahwa jumlah kunjungan mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2022, total kunjungan mencapai 54.276 wisatawan. Jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada Oktober sebanyak 5.860 wisatawan, sedangkan kunjungan terendah terjadi pada Februari sebanyak 3.420 wisatawan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan pada tahun 2022 relatif stabil dengan perbedaan jumlah pengunjung antarbulan yang tidak terlalu besar.

Memasuki tahun 2023, jumlah kunjungan mengalami penurunan yang sangat signifikan menjadi 13.341 wisatawan. Kunjungan tertinggi terjadi pada September sebanyak 1.950 wisatawan, sedangkan kunjungan terendah terjadi pada Januari sebanyak 780 wisatawan. Penurunan jumlah kunjungan ini menunjukkan adanya penurunan minat wisatawan atau dipengaruhi oleh faktor lain, seperti penyelenggaraan kegiatan wisata yang lebih sedikit, kondisi ekonomi, maupun perubahan preferensi wisatawan terhadap destinasi lain.

Pada tahun 2024, jumlah kunjungan meningkat secara drastis menjadi 66.185 wisatawan, yang merupakan jumlah tertinggi selama periode pengamatan. Lonjakan kunjungan paling tinggi terjadi pada Oktober sebanyak 18.250 wisatawan, diikuti Desember sebanyak 13.347 wisatawan dan Maret sebanyak 10.973 wisatawan. Peningkatan tersebut diduga dipengaruhi oleh penyelenggaraan berbagai event wisata berskala besar, seperti Festival Gandrung Sewu, libur sekolah, serta libur akhir tahun yang mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Boom Banyuwangi.

Sementara itu, pada tahun 2025 jumlah kunjungan kembali mengalami penurunan menjadi 56.185 wisatawan. Meskipun mengalami penurunan dibandingkan tahun 2024, jumlah tersebut masih lebih tinggi dibandingkan tahun 2022 dan jauh di atas tahun 2023. Kunjungan tertinggi tetap terjadi pada Oktober sebanyak 15.250 wisatawan, sedangkan kunjungan terendah terjadi pada Juli sebanyak 820 wisatawan. Penurunan pada tahun 2025 mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah wisatawan pada tahun sebelumnya belum dapat dipertahankan secara konsisten.

Secara keseluruhan, data kunjungan wisatawan Pantai Boom Banyuwangi selama periode 2022–2025 menunjukkan pola yang berfluktuasi. Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa minat wisatawan untuk berkunjung tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan destinasi wisata itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti penyelenggaraan event, kualitas fasilitas, pengalaman wisata, tingkat kepuasan wisatawan, musim liburan, serta daya tarik destinasi wisata lain. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengelola untuk terus meningkatkan kualitas destinasi agar minat wisatawan untuk berkunjung kembali dapat dipertahankan dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

Kondisi naik turunnya pengunjung tersebut dipengaruhi oleh keputusan kunjungan kembali sehingga perlu diperhatikan lagi mengenai citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas wisata, kepuasan wisatawan. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh para peneliti, fenomena yang berkaitan dengan indikator citra destinasi, pengalaman wisatawan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan dapat diidentifikasi. Keragaman pilihan pantai di Banyuwangi mendorong wisatawan untuk mempertimbangkan kembali keputusan perjalanan mereka. Pantai Boom Banyuwangi juga berkontribusi terhadap informasi seputar pantai dengan mempromosikan citra destinasi, pengalaman wisatawan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan. Meskipun ada

indikator untuk citra destinasi, pengalaman wisatawan, fasilitas wisata, dan kepuasan wisatawan, jumlah pengunjung Pantai Boom belum stabil pada tahun 2024. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor ini guna memahami pengaruhnya terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali pada Pantai Boom Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Dari rincian yang telah diberikan sebelumnya, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan judul: Pengaruh Citra Destinasi, Pengalaman Wisata, fasilitas, Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Pantai Boom Banyuwangi.

1. Apakah citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi?
2. Apakah pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi?
3. Apakah Fasilitas Wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi?
4. Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji & mengetahui citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi.
2. Untuk Menguji & mengetahui pengalaman wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi.
3. Untuk menguji & mengetahui apakah fasilitas wisata berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi.
4. Untuk menguji & mengetahui apakah kepuasan wisatawan berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada pantai boom banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat bagi Mahasiswa
Memperluas wawasan, pengetahuan, dan keterampilan analisis peneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan di destinasi wisata.
2. Manfaat bagi Pembaca
Menyediakan informasi ilmiah dan bacaan lanjutan bagi pembaca yang tertarik atau sedang melakukan penelitian tentang citra destinasi, pengalaman wisata, fasilitas, kepuasan wisatawan, dan niat kunjungan ulang.
3. Manfaat bagi Universitas
Befungsi sebagai bahan referensi akademis yang memperkaya literatur penelitian universitas dan mendukung implementasi tiga pilar pendidikan tinggi di bidang penelitian.

4. Manfaat bagi Pengelolaan Pantai Boom di Banyuwangi

Memberikan wawasan dan rekomendasi berbasis data mengenai aspek-aspek yang paling kuat memengaruhi niat kunjungan ulang wisatawan. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas layanan dan pengembangan destinasi wisata

