

RINGKASAN

Pemerintah Kabupaten Banyumas terus berusaha mengembangkan objek wisata di daerahnya, khususnya Taman Apung Mas Kemambang. Pengembangan tersebut diharapkan dapat membuat Taman Apung Mas Kemambang menjadi lebih *marketable* sehingga jumlah kunjungan wisatawan dapat meningkat secara berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak pengembangan Taman Apung Mas Kemambang dari perspektif citra destinasi wisata dan minat wisatawan untuk berkunjung kembali di lain waktu

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Populasi penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dengan upaya pengembangan Taman Apung Mas Kemambang maupun pihak-pihak yang menikmati hasil dari pengembangan tersebut. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis model interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Taman Apung Mas Kemambang memiliki citra positif di mata wisatawan. Taman Apung Mas Kemambang dipandang sebagai tempat wisata yang aman, bersih, memiliki infrastruktur yang memadai, mempunyai aksesibilitas yang baik, dapat menenangkan dan menghibur badan maupun pikiran, bertarif ekonomis. Citra positif Taman Apung Mas Kemambang ternyata kurang mendukung atau memotivasi wisatawan untuk berkunjung kembali di lain waktu. Hal tersebut dibuktikan dengan data jumlah kunjungan wisatawan yang cenderung menurun. Renovasi Taman Apung Mas Kemambang ternyata hanya berdampak positif sesaat terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, namun tidak berkelanjutan.

Kata Kunci: pengembangan wisata, citra destinasi, minat berkunjung kembali.

SUMMARY

The Banyumas Regency Government continues to try to develop tourist objects in its area, especially the Mas Kemambang Floating Park. This development is expected to make the Mas Kemambang Floating Park more marketable so that the number of tourist visits can increase in a sustainable manner. The purpose of this research was to determine the impact of developing the Mas Kemambang Floating Park from the perspective of the image of a tourist destination and the interest of tourists to visit again at a later time.

This type of research is qualitative. The population in this research is the parties related to the efforts to develop the Mas Kemambang Floating Park as well as the parties who enjoy the results of the development. Sampling using purposive sampling technique. Collecting data using in-depth interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using interactive model of analysis.

The results of the research show that Mas Kemambang Floating Park has a positive image on tourists. Mas Kemambang Floating Park is seen as a tourist spot that is safe, clean, has adequate infrastructure, has good accessibility, can calm and entertain the body and mind, at an economical price. The positive image of Mas Kemambang Floating Park turns out to be less supportive or motivating for tourists to visit again at another time. This is evidenced by data on the number of tourist visits which tend to decrease. The renovation of the Mas Kemambang Floating Park turned out to only have a momentary positive impact on increasing the number of tourist visits, but it was not sustainable.

Keywords: tourism development, destination image, revisit intention.