BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terbentang dari Sabang sampai Merauke memiliki daya tarik utama karena keindahan alamnya. Keindahan alam yang dapat dinikmati berupa gunung, pantai, danau, air terjun, pulau, lembah dan lainnya. 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 (Noerhanifati et al., 2020).

Dengan demikian, tentunya mendorong Indonesia dalam bidang perekonomian. Sektor pariwisata diproyeksikan mampu menyumbang produk domestik bruto untuk devisa negara, dengan adanya 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara maupun 275 juta perjalanan wisatawan nusantara pada tahun 2019. Berdasarkan data tersebut, Pemerintah percaya bahwa sektor pariwisata diyakini mampu menciptakan pusat pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Dilihat dari sudut pandang ekonomi makro, sektor pariwisata memberikan dampak positif bagi industri di suatu negara, diantaranya: meningkatkan kesempatan tenaga kerja, meningkatkan pendapatan sekaligus pemerataan pendapatan masyarakat, meningkatkan pendapatan nasional, maupun mendorong peningkatan investasi pada industri pariwisata serta sektor ekonomi lainnya. Sektor pariwisata

diproyeksikan akan menjadi inti dari ekonomi suatu negara dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia untuk lima tahun kedepan (Noerhanifati et al., 2020).

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki daya tarik wisata yaitu Provinsi Jambi yang juga memiliki daya tarik wisata seperti keindahan alam, kuliner, dan warisan sejarah. Provinsi Jambi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang cukup beragam. Di daerah ini terdapat berbagai wisata alam, budaya dan sejarah yang potensial untuk dikembangkan. Dari sisi geografis, Provinsi Jambi juga berada di daerah strategis karena berdekatan dengan pengembangan segitiga pertumbuhan Singapura-JohorRiau (Sijori). Selain itu, pengembangan kepariwisataan ini juga didukung oleh infrastruktur penunjang yang relatif memadai. Meskipun demikian, agar potensi kepariwisataan tersebut dapat berkembang menjadi industri pariwisata yang mampu mendukung pembangunan daerah, maka pemerintah daerah dan stakeholder kepariwisataan terkait perlu memahami berbagai aspek baik karakteristik wisatawan maupun faktor-faktor yang mempengaruhi perjalanan wisata dari masyarakat. Hal ini bertujuan agar dalam menyusun strategi kepariwisataannya (menentukan produk, harga, distribusi dan cara promosi destinasi wisata) dapat lebih efektif menarik wisatawan melakukan perjalanan ke objek-objek wisata di Provinsi Jambi (Amril & Hardiani, 2019).

Adapun data kunjungan wisatawan nusantara di Provinsi Jambi dapat dilihat pada tabel 1.1.berikut ini.

Tabel 1.1.
Data Kunjungan Wisatawan Nusantara di Provinsi Jambi
2018-2020

Kabupaten/Kota	2018	2019	2020
1. Kabupaten Batanghari	467,694	994,655	122,793
2. Kabupaten Bungo	779,553	971,989	177,017
3. Kabupaten Kerinci	1,877,313	2,131,244	2,621,929
4. Kabupaten Merangin	547,976	933,609	1,471,542
5. Kabupaten Muaro Jambi	370,137	627,057	527,635
6. Kabupaten Sarolangun	461,96	237,49	101,649
7. Kabupaten Tanjung Jabung Barat	338,547	756,75	664,318
8. Kabupaten Tanjung Jabung Timur	251,053	639,84	654,334
9. Kabupaten Tebo	111,713	101,141	90,747
10. Kota Jambi	1,934,107	2,468,084	2,741,809
11. Kota Sungai Penuh	1,421,350	1,319,745	1,811,676
Provinsi Jambi	4,056,770	3,888,970	5,962,884

Sumber: (BPS, 2023)

Berdasarkan Tabel 1.1. bahwa data kunjungan wisatawan nusantara ke beberapa kota dan kabupaten di Jambi menunjukkan angka yang meningkat seperti yang terjadi di Kabupaten Kerinci yaitu mencapai 2.621.929. Peningkatan tersebut sejalan dengan pemulihan aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat karena era new normal. Peningkatan ini didorong oleh meningkatnya wisatawan kategori wisatawan domestik saat hari besar nasional (Dinas Pariwisata Jambi, 2021). Keadaan ini terjadi saat era new normal dan di harapkan untuk era normal tahun 2022 ini kunjungan wisatawan nusantara semakin meningkat.

Salah satu daerah tujuan wisata utama yang terkenal dengan keindahan alamnya yang berada di provinsi Jambi adalah Kabupaten Kerinci. Kabupaten Kerinci yang terkenal dengan slogan “Bumi Sakti Alam Kerinci” yang diyakini

bahwa Kerinci merupakan daerah sakti yang memikat para pengunjung. Daya tarik wisata unggulan Kerinci di antaranya adalah Danau Kerinci, Gunung Kerinci, Perkebunan Teh Kayu Aro, Air Terjun Telun Berasap, Air Panas Semurup, Danau Kaco, Danau Gunung Tujuh, dan Taman Nasional Kerinci Seblat. Daya tarik wisata unggulan di atas merupakan suatu potensi yang menarik dan menjadi magnet utama bagi dunia kepariwisataan di Provinsi Jambi. Selain itu, Kabupaten Kerinci merupakan suatu daerah di Provinsi Jambi yang berhawa sejuk dan memiliki segudang kekayaan alam yang dapat dikembangkan sebagai daerah pariwisata potensial. Daerah ini dikenal dengan “3Ter” yaitu memiliki Gunung Kerinci sebagai “Atap Sumatera” (*Top of Sumatera*) atau dikatakan sebagai gunung vulkanik tertinggi di Indonesia, lalu Danau Gunung Tujuh merupakan danau tertinggi di Asia Tenggara, dan Perkebunan Teh Kayu Aro merupakan kebun teh terluas di Asia Tenggara. Sehingga indahnya alam Kabupaten Kerinci kadang juga dijuluki dan mendapat sanjungan sebagai “segumpal tanah surga yang jatuh ke bumi”. Peningkatan jumlah tempat wisata ini hendaknya juga diiringi dengan peningkatan PAD dari sektor pariwisata, karena wisatawan akan semakin banyak berkunjung dengan pilihan atau alternatif daerah tujuan wisata yang bervariasi (Mardianis & Syartika, 2018).

Kabupaten Kerinci merupakan salah satu kabupaten yang menjadi tujuan objek wisata yang ramai di kunjungi di Provinsi Jambi. Kabupaten Kerinci menjadi menduduki peringkat pertama terbesar jumlah kunjungan di provinsi Jambi yaitu sebesar 1,877,313 kunjungan pada tahun 2018, kemudian pada tahun 2019 meningkat menjadi 2,131,244, dan pada tahun 2020 meningkat lagi menjadi

2.621.929 wisatawan. Kunjungan wisatawan yang semakin meningkat seiring dengan pemulihan ekonomi setelah pandemik covid 19 menjadi harapan bagi Kabupaten Kerinci untuk menciptakan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan. Hal ini menjadi penting karena saat ini kita berada pada era digitalisasi yang mengiringi konsumen mendapatkan pengalaman dalam setiap aktifitas sehari harinya, tidak terkecuali bidang pariwisata.

Sedangkan destinasi wisata di Kabupaten Kerinci yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu Danau Kerinci yaitu mampu meraup kurang lebih 957.398 wisatawan dari luar daerah pada tahun 2020 yang mana bertepatan dengan momen Festival Danau Kerinci yang kemudian dilanjutkan dengan pergelaran balapan sepeda “Tour De Singkarak” yang pada tahun tersebut menjadikan Kabupaten Kerinci sebagai salah satu rute balapan sepeda tersebut, tepatnya rute Kerinci - Pesisir Selatan. Dengan adanya kegiatan tersebut, menjadi salah satu pemicu banyaknya wisatawan dari luar daerah datang ke Kabupaten Kerinci untuk menikmati pergelaran budaya di Festival Danau Kerinci yang kemudian disuguhkan lagi dengan balapan sepeda level dunia “Tour De Singkarak”. Selain Danau Kerinci, pada tahun 2020 destinasi wisata yang juga banyak dikunjungi yaitu Aroma Pecco sebanyak 432.987 wisatawan. Daya tarik Aroma Pecco yaitu hamparan kebun teh Kayu Aro, dimana hal tersebut menjadi pemikat para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. selanjutnya Air Panas Semurup sebanyak 389.832 wisatawan, kemudia Danau Kaco yang menyentuh angka kunjungan wisatawan sebanyak 203.476.

Adapun jumlah kunjungan wisatawan dari luar daerah Kabupaten Kerinci yaitu sebagai berikut.

Tabel 1.2.
Data Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Destinasi Wisata di Kabupaten Kerinci

No	Destinasi Wisata	Jumlah Kunjungan
1	Gunung Kerinci	84.921
2	Air Terjun Telun Berasap	301.453
3	Danau Gunung Tujuh	97.881
4	Air Panas Semurup	389.832
5	Danau Kerinci	957.398
6	Danau Kaco	203.476
7	Danau Lingkat	150.832
8	Aroma Peco	432.987
9	Lainnya	3.149
Total		2.621.929

Sumber: (BPS, 2023)

Banyaknya desa wisata yang ada pada Kabupaten Kerinci, dengan berbagai daya tarik wisata yang di tawarkan telah menjadikan Kabupaten Kerinci sebagai surganya para wisatawan yang ingin menikmati berbagai keindahan alam, baik berupa gunung dan danau dengan beraneka ragam hayati yang tersembunyi di balik indahnya alam sakti kerinci. Sehingga menjadikan desa wisata yang ada di Kabupaten Kerinci sangat layak sekali dimasukan dalam daftar yang harus dikunjungi. Kendati demikian, dalam pengembangannya desa wisata masih terdapat sejumlah kendala, termasuk pula dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Kerinci. Kendala yang sering di temui tersebut berkaitan dengan amenitas atau fasilitas (*amenities*). Amenitas yang dimaksud yaitu berupa ketersediaan akomodasi untuk wisatawan bermalam berupa homestay, ketersediaan

restoran untuk kebutuhan pangan, ketersediaan transportasi lokal yang memudahkan wisatawan untuk bepergian, dan lain sebagainya. Selain itu, fasilitas pendukung lain seperti toilet umum, tempat beribadah, area parkir, juga menjadi faktor kelengkapan amenities yang penting untuk dipenuhi pada desa wisata (Susianto et al., 2022).

Pariwisata merupakan sektor jasa *hospitality* yang rentan dengan perubahan perilaku konsumen. Karena itu upaya untuk menciptakan dan *men-delivery* pengalaman yang positif di benak wisatawan menjadi upaya yang harus dilakukan agar memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Penelitian dengan metode survei ini dilakukan untuk menganalisis perilaku wisatawan nusantara di Kabupaten Kerinci yaitu dengan melihat pengaruh variabel *Memorable Tourism Experience* yang terdiri dari dimensi *hedonism, novelty, local culture, refreshment meaningfulness, involvement* dan *knowledge* terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*).

Sesuai dengan hasil penelitian dari (Kim et al., 2010) yang mengungkapkan bahwa MTE yang terdiri dari tujuh komponen pengalaman yang tidak bisa dilupakan wisatawan yang mempengaruhi niat kembali berkunjung dan berpartisipasi kegiatan pariwisata yang sama sehingga menjadi *positif word of mouth*. Wisatawan berkesan dengan pengalaman dan berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung di masa depan, seperti niat untuk mengunjungi kembali, mengikuti kegiatan yang sama.

Sementara itu (Kim et al., 2010) mendefinisikan bahwa *hedonism* dalam konteks pengalaman berwisata menjadi perasaan yang menyenangkan bagi diri

sendiri. Bahkan bagian terpenting berasal sebuah produk atau layanan yang dirasakan konsumen tergantung pada tingkat hedonisme yang mereka peroleh. (Kim et al., 2010) juga menambahkan bahwa sebuah pengalaman wisata yang berkesan akan mempengaruhi niat untuk berkunjung kembali. Keinginan untuk mencari pengalaman pariwisata *hedonism* seperti kegembiraan merupakan hal penting untuk menentukan niat kembali berkunjung atau *revisit intention* dan perilaku masa yang datang.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, karena itu penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengkaji **Model Keterkaitan *Memorable Tourism Experience Terhadap Revisit Intention (Perspektif Wisatawan Pada Destinasi Wisata Berbasis Pengalaman)***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut ini

1. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *hedonism* terhadap *Revisit Intention* ?
2. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *novelty* terhadap *Revisit Intention*?
3. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *local culture* terhadap *Revisit Intention*?

4. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *refreshment* terhadap *Revisit Intention*?
5. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *meaningfulness* terhadap *Revisit Intention*?
6. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *involvement* terhadap *Revisit Intention*?
7. Bagaimana pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *knowledge* terhadap *Revisit Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *hedonism* terhadap *Revisit Intention*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *novelty* terhadap *Revisit Intention*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *local culture* terhadap *Revisit Intention*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *refreshment* terhadap *Revisit Intention*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *meaningfulness* terhadap *Revisit Intention*.
6. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *involvement* terhadap *Revisit Intention*.

7. Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experience* dengan dimensi *knowledge* terhadap *Revisit Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum penelitian ini bermanfaat untuk:

1. Mengembangkan Ilmu Pemasaran yang berkaitan dengan perilaku wisatawan nusantara terutama perilaku wisatawan dalam konteks persepsi wisatawan untuk berniat mengunjungi kembali (*revisit intention*) di destinasi wisata berbasis pengalaman di Kabupaten Kerinci.
2. Sebagai perluasan pemahaman tentang perilaku wisatawan yang dipengaruhi oleh variabel *Memorable Tourism Experiences*.
3. Bagi pebisnis yang terjun di sektor pariwisata ini, penelitian ini bermanfaat agar dapat memahami perilaku wisatawan dengan mengutamakan memberikan pengalaman wisata yang mengesankan, sehingga dapat meningkatkan *revisit intention* (niat berkunjung kembali) ke destinasi wisata tersebut.