

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengalaman berwisata adalah evaluasi subjektif individu dan pengalaman dengan peristiwa yang terkait dengan aktifitas wisata yang dimulai, sebelum, selama, dan setelah perjalanan (Chen & Rahman, 2018). Dan dapat juga dimaksudkan pengalaman berwisata mencakup segala sesuatu yang dialami wisatawan di suatu destinasi termasuk aktivitas, kognisi, emosi, persepsi, dan perilaku (Yang *et al.*, 2021). Pengalaman seseorang sangat membantu dalam pemasaran suatu destinasi wisata, ketika wisatawan memiliki pengalaman perjalanan yang positif saat mengunjungi destinasi, mereka lebih senang atau puas dengan perjalanan mereka, dan kemudian mereka mungkin kembali ke tujuan yang sama (Kim & Brown, 2012).

Motivasi pariwisata yaitu suatu kekuatan pendorong yang mendorong wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang berbeda, bisa jadi dianggap sebagai alasan utama wisatawan melakukan kegiatan pariwisata (Wang & Leou, 2015), sehubungan dengan perjalanan, motivasi berhubungan dengan jumlah kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata (Bigne *et al.*, 2020).

Loyalitas pengunjung adalah mengidentifikasi sejauh mana wisatawan memandang destinasi sebagai tempat yang baik yang akan mereka rekomendasikan kepada orang lain, dan suatu destinasi dapat dianggap sebagai produk sehingga wisatawan dapat kembali ke destinasi tersebut atau memberikan

rekomendasi wisatawan lainnya seperti teman, kerabat, atau keluarga (Tassawa Comtas *et al.*, 2019). Loyalitas merupakan tujuan akhir dari suatu kegiatan berwisata, yang akan membuat pengunjung mau kembali ke objek wisata.

Perkembangan perekonomian di bidang pariwisata sangat cepat sehingga wisatawan akan mencari pengalaman berwisata yang lebih menarik, berbeda dan baru yang dapat melibatkan pengalaman serta motivasi wisatawan (Laura *et al.*, 2016). Pembangunan tempat wisata harus memenuhi tuntutan yang diinginkan oleh wisatawan dan menjadi fokus rencana pemasaran, sehingga semua pihak yang berhubungan dalam membangun destinasi wisata akan memastikan produk atau layanan dapat dikembangkan dengan lebih baik untuk menciptakan pengalaman wisata yang mengesankan, maka akan tercapai loyalitas pengunjung yang diinginkan (Loncaric *et al.*, 2017). Dengan terciptanya loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata maka akan menguntungkan bagi suatu objek wisata.

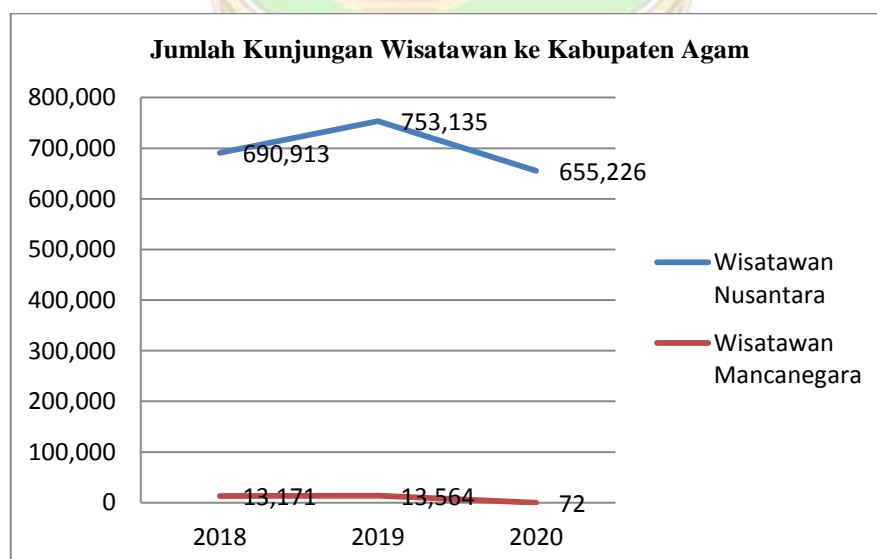
Sektor pariwisata memiliki peranan penting dalam meningkatkan pembangunan ekonomi dan sumber pendapatan bagi Negara maupun Daerah (Li *et al.*, 2018). Dampak positif dari pariwisata yaitu menciptakan lapangan kerja, memperbaiki infrastruktur, dan meningkatkan bisnis di sekitar lokasi wisata (Abubakirova *et al.*, 2016). Pembangunan objek pariwisata memiliki tujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan kesejahteraan masyarakat.

GDP (*Gross Domestic Product*) atau biasa disebut PDB (Produk Domestik Bruto) merupakan salah satu tolak ukur pertumbuhan suatu Negara, yang dimaksud dengan GDP (*Gross Domestic Product*) yaitu ukuran pendapatan dan pengeluaran suatu perekonomian. GDP dianggap ukuran yang terbaik dalam

menentukan kesejahteraan masyarakat, karena GDP dapat mengukur dua hal di dalamnya yaitu mengukur total pendapatan semua orang dalam perekonomian dan total pembelajaan Negara untuk membeli barang dan jasa dari hasil perekonomian.

Menurut *World Travel & Tourism Council* (2020) peningkatan pertumbuhan *travel & tourist* di Indonesia secara signifikan lebih dari 3,5% sedangkan ekonomi global tumbuh sebesar 2,5% pada tahun 2019 dan total kontribusi GDP sebesar 10,3%. Hal ini lah yang menyebabkan semakin pesatnya pertumbuhan pariwisata, salah satu daerah yang memiliki destinasi wisata unggulan di Indonesia yaitu Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki keindahan alam, kebudayaan yang unik, sejarah, dan juga wisata religinya seperti di Kabupaten Agam.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Agam selama 2018 sampai 2020 pada Gambar 1.1:



Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Agam
Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Agam, (2021)

Jumlah kunjungan wisatawan nusantara dari 690.913 orang pada tahun 2018, mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 655.226 orang, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020 sebanyak 72 orang, yang pada tahun sebelumnya 13.564 orang. Hal ini juga tidak lepas dari pengaruh Covid 19 yang mulai masuk ke Indonesia sejak tahun 2019 (BPS Kabupaten Agam, 2021).

Kabupaten Agam terletak pada kawasan perbukitan/ pegunungan serta pesisir, dan jika dilihat dari topografinya Kabupaten Agam yang memiliki ketinggian dari 500 sampai 1000 mdpl (BPS Kabupaten Agam, 2021). Hal ini menyebabkan banyaknya objek wisata yang ada di Kabupaten Agam memanfaatkan keindahan alamnya. Dapat dilihat dari jumlah destinasi wisata menurut jenis dan kecamatan di Kabupaten Agam pada tahun 2019 pada Tabel 1.1:

Tabel 1. 1
Jumlah Destinasi Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan di Kabupaten Agam 2020

Nama Kecamatan	2020						
	Jumlah Objek Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan						
	Alam	Buatan	Budaya	Religi	Sejarah	Teknologi	Minat Khusus
Kecamatan Tanjung Mutiara	5	-	1	1	2	-	-
Kecamatan Lubuk Basung	-	2	6	-	-	-	4
Kecamatan Ampek Nagari	3	-	-	-	-	-	1
Kecamatan Tanjung Raya	7	1	18	2	4	1	2
Kecamatan Matur	1	7	1	1	1	-	2
Kecamatan IV Koto	3	5	2	2	2	-	-
Kecamatan	3	-	1		-	-	-

Malalak							
Kecamatan Banuhampu	2	3	1	2	3	-	-
Kecamatan Sungai Pua	1	-	-	-	-	-	1
Kecamatan Ampek Angkek	-	1	1	-	1	-	-
Kecamatan Canduang	2	4	1	1	1	-	-

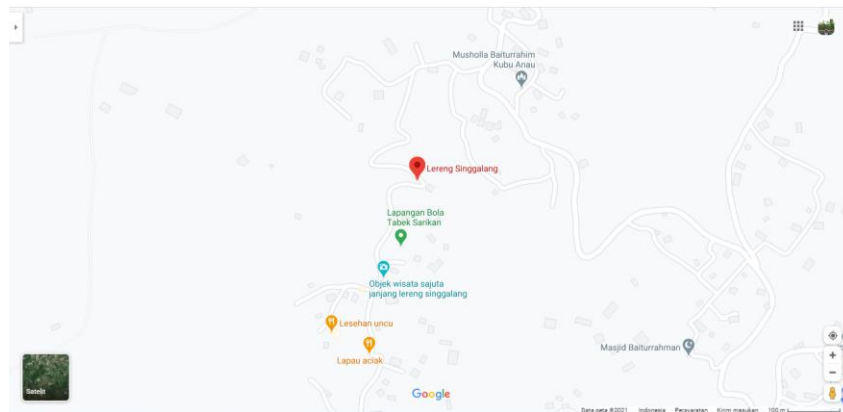
Tabel 1. 2
Jumlah Destinasi Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan di Kabupaten Agam 2020 (Lanjutan)

Nama Kecamatan	2020						
	Jumlah Objek Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan						
	Alam		Alam		Alam		Alam
Kecamatan Baso	3	1	-	-	1	-	2
Kecamatan Tilatang Kamang	-	3	-	1	2	-	-
Kecamatan Kamang Magek	6	-	-	-	3	-	1
Kecamatan Palembayan	4	-	-	-	-	-	1
Kecamatan Palupuh	2	-	1	-	-	1	1
Kabupaten Agam	42	27	33	10	20	2	15

Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Agam, (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 Kabupaten Agam memiliki 42 wisata Alam, 27 wisata buatan, 33 wisata budaya, 10 wisata religi, 20 wisata sejarah, 2 wisata teknologi dan 15 wisata khusus yang tersebar di setiap Kecamatan. Objek wisata buatan yang cukup banyak diminati saat ini adalah Sajuta Janjang dan memanfaatkan keindahan alamnya. Objek wisata ini merupakan salah satu dari tiga wisata buatan yang berada di Kecamatan Banuhampu. Sajuta Janjang berlokasi di Pakan Sinayan, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.

Pada Gambar 1.2 merupakan lokasi Sajuta Janjang yang dilihat dari *Google Maps*.



Gambar 1. 2 Lokasi Sajuta Janjang

Sumber: Google Maps

Pelopop dibangunnya objek wisata Sajuta Janjang bermula dari motivasi Bupati Kabupaten Agam yaitu Dr. Ir. H. Indra Catri, M.T pada tahun 2018 dan dibuka secara resmi pada tahun 2019. Pengelolaan objek wisata dilakukan oleh Nagari Pakan Sinayan dibantu oleh Kecamatan Banuhampu. Dibangunnya Sajuta Janjang di Lereng Singgalang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan untuk mengenalkan Nagari Balingka, Ngarai Sianok, dan Kota Bukittinggi kepada para wisatawan yang berkunjung ke sana (Survei Pendahuluan, 2021). Dikarenakan kurangnya dana menyebabkan belum rampungnya fasilitas dari objek wisata mengakibatkan berkurangnya pengunjung di Sajuta Janjang (Survei Pendahuluan, 2021). Yang menjadi daya tarik objek wisata Sajuta Janjang yaitu jumlah janjangnya yang sajuta, pemandangan yang sangat indah, dan juga deretan hutan pinus yang sangat rimbun yang terlihat dari puncak Sajuta Janjang

membuatnya menjadi destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi (Survei Pendahuluan, 2021).



Tabel 1. 3
Jumlah Pengunjung Berwisata ke Sajuta Janjang Desember 2020

Hari / Tgl	Retribusi	
	Dewasa	Anak-anak
Senin, 30 November 2020	53	-
Selasa, 01 Desember 2020	55	5
Rabu, 02 Desember 2020	68	5
Kamis, 03 Desember 2020	84	46
Jum'at, 04 Desember 2020	Tutup	
Sabtu, 05 Desember 2020	133	14
Minggu, 06 Desember 2020	370	50
Senin, 07 Desember 2020	61	6
Selasa, 08 Desember 2020	61	
Rabu, 09 Desember 2020	157	11
Kamis, 10 Desember 2020	12	-
Jum'at, 11 Desember 2020	Tutup	
Sabtu, 12 Desember 2020	133	3
Minggu, 13 Desember 2020	248	48
Senin, 14 Desember 2020	-	90
Selasa, 15 Desember 2020	113	15
Rabu, 16 Desember 2020	67	15
Kamis, 17 Desember 2020	105	14
Jum'at, 18 Desember 2020	Tutup	
Sabtu, 19 Desember 2020	176	10
Minggu, 20 Desember 2020	557	137
Senin, 21 Desember 2020	240	55
Selasa, 22 Desember 2020	186	16
Rabu, 23 Desember 2020	181	19
Kamis, 24 Desember 2020	235	18
Jum'at, 25 Desember 2020	Tutup	
Sabtu, 26 Desember 2020	401	100
Minggu, 27 Desember 2020	641	135
Senin, 28 Desember 2020	172	45
Selasa, 29 Desember 2020	228	69
Rabu, 30 Desember 2020	-	-
Kamis, 31 Desember 2020	-	-
	4684	926

Sumber: Dinas Pariwisata Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Agam, (2021)

Selama bulan Desember 2020 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sajuta Janjang mengalami kenaikan dan penurunan, jumlah wisatawan melonjak naik disaat akhir pekan (*weekend*) yaitu pada hari minggu lebih kurang 400 wisatawan, sedangkan pada hari biasa paling sedikit 12 wisatawan. Menurut Andi selaku pengurus objek wisata tersebut, terjadi penurunan jumlah kunjungan selama tahun 2020, yang mana terdapat kunjungan yang biasanya kurang lebih mencapai 400 orang merosot menjadi 140 orang dalam satu hari (Survei Pendahuluan, 2021).

Objek wisata Sajuta Janjang yang mempunyai kemiripan dengan objek wisata Janjang Koto Gadang atau biasa disebut *The Great Wall of Koto Gadang* yang telah lebih dulu diresmikan pada tahun 2013 yang berlokasi di Nagari Koto Gadang Kecamatan IV Koto dimana juga berada di Kabupaten Agam (Survei Pendahuluan, 2021). Yang menjadi perbedaan objek wisata ini yaitu jumlah janjangnya dan panjang lintasannya. Untuk Janjang Koto Gadang memiliki panjangnya janjang 1,5 km dan objek wisata Sajuta Janjang dengan panjang janjang 3,7 km. Dari data diatas menunjukkan panjangnya jumlah janjang pada objek wisata dapat mempengaruhi pada jumlah kunjungan.

Berdasarkan survei pendahuluan, (2021) beberapa wisatawan mengunjungi suatu objek wisata dikarenakan menarik dan menyenangkan selama di objek wisata bahkan merasakan nyaman ketika berada disana. Sebagian besar wisatawan melakukan perjalanan karena ingin menikmati pemandangan yang berbeda dari kehidupan sehari-hari, karena itu penting untuk lebih memperhatikan pengalaman yang dapat dinikmati wisatawan (Zhang & Walsh, 2020). Dan dalam beberapa penelitian tentang wisata alam dan wisata kota menemukan bahwa

pengalaman wisata mempengaruhi perilaku wisatawan secara langsung dan tidak langsung secara positif (Chen, 2015).

Berdasarkan survei pendahuluan, (2021) dengan beberapa wisatawan yang berkunjung ke objek wisata mengatakan pengaruh keluarga, teman maupun sosial media sangat mempengaruhi dalam melakukan kegiatan wisata, dan juga dari tempat objek wisata yang memiliki pemandangan yang sangat menarik seperti pinus yang bersusun dengan rapi dan juga adanya Sajuta Janjang sendiri yang menjadi daya pikat. Dalam motivasi berwisata seseorang dalam melakukan perjalanan dapat dipengaruhi oleh faktor permintaan pariwisata maupun dari dalam diri wisatawan sendiri (Ardyan & Wibisono, 2019). Sedangkan menurut Seyitoglu, (2020) motivasi wisatawan dapat mempengaruhi kepuasan dan juga keberhasilan pemasaran destinasi wisata, sehingga menyebabkan wisatawan setia, dan akan mengunjungi kembali destinasi tersebut lalu merekomendasikan kepada wisatawan lain. Dan dapat dipastikan bahwa sangat penting memahami faktor motivasi berwisata dalam terciptanya loyalitas destinasi.

Saat sekarang ini tujuan pariwisata merupakan produk pariwisata yang menawarkan pengalaman terintegrasi kepada konsumen, hal yang terpentingnya yaitu bagaimana pengelola pariwisata dapat memberikan pengalaman wisata yang unik, luar biasa dan mengesankan untuk wisatawan agar bisa tetap kompetitif dan mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan didalam pasar yang sengit (Tsai, 2016).

Menurut Kotler dan Keller (2012) Loyalitas adalah suatu komitmen yang dipegang teguh untuk membeli atau kembali pada pilihan suatu produk atau jasa

di masa yang akan datang meskipun dengan pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan konsumen beralih ke produk lain.

Berdasarkan survei pendahuluan, (2021) ke beberapa wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Sajuta Janjang, banyak wisatawan akan berkunjung kembali ke objek wisata. Hal ini memperlihatkan adanya pengaruh pengalaman berwisata dan motivasi berwisata dalam menentukan apakah loyal wisatawan kepada destinasi wisata yang pernah mereka kunjungi.

Dari penjelasan diatas, dalam penelitian terdahulu Zhang & Walsh, (2020) lebih memfokuskan penelitiannya tentang loyalitas pengunjung pada objek wisata budaya di China dan belum ditelaah secara mendalam, dan pada penelitian (Wang & Leou, 2015) juga meneliti tentang objek wisata budaya di Makau, sedangkan pada penelitian ini memfokuskan loyalitas pengunjung pada objek wisata buatan dan juga meneliti pentingnya pemahaman yang lebih baik mengenai pengalaman berwisata dan motivasi yang berbasis objek wisata buatan. Informasi mengenai hal ini sangat berguna untuk perencanaan dan meningkatkan daya tarik suatu destinasi dalam jangka panjang (Kim & Brown, 2012).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka disimpulkan **“Analisis Pengaruh Pengalaman Berwisata dan Motivasi Terhadap Loyalitas Pengunjung pada Objek Wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh pengalaman berwisata terhadap loyalitas pengunjung pada Objek Wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam?
2. Bagaimana pengaruh motivasi berwisata terhadap loyalitas pengunjung pada Objek Wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam menyusun penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh pengalaman berwisata terhadap loyalitas pengunjung pada Objek Wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam.
2. Untuk menguji pengaruh motivasi berwisata terhadap loyalitas pengunjung pada Objek Wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan pokok bahasan yang ada dalam penelitian ini :

1. Manfaat Praktis
 - a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak atau pengelola objek wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam terutama yang berkaitan dengan pengalaman berwisata dan motivasi berwisata, terhadap loyalitas pengunjung.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Sajuta Janjang di Kabupaten Agam dalam mengelola lebih baik objek wisata dan

meningkatkan lagi sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada objek wisata.

2. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan ilmu dan dapat menerapkan hasil atau teori dari penelitian.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu atau memberikan masukan kepada pihak pengurus objek wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam, yang berkaitan dengan wisatawan yang berkunjung ke destinasi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dijelaskan bagaimana pengaruh dari pengalaman berwisata dan motivasi terhadap loyalitas pengunjung pada objek wisata Sajuta Janjang di Kabupaten Agam.

1.6 Sistematika Penelitian

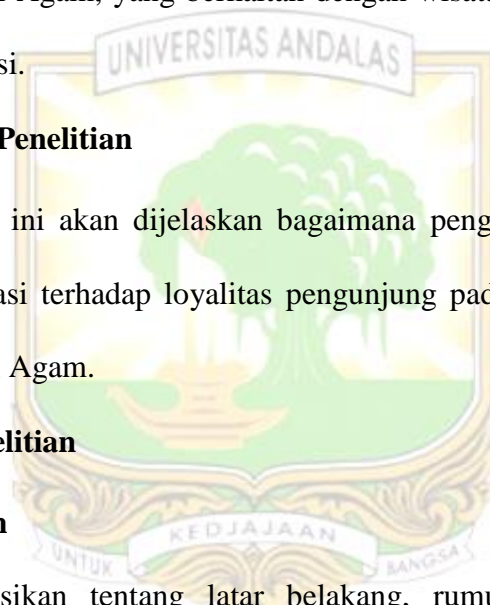
BAB I. Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang landasan teori mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, tentang penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis.

BAB III. Metode Penelitian



Bab ini berisikan tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV. Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang isi pokok dan penelitian yang didalamnya berisi objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang teliti mengenai hasil pengujian hipotesis.

BAB V. Kesimpulan

Bab ini berisikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan berisi saran bagi peneliti berikutnya.

