

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Pariwisata menjadi sektor yang penting bagi Indonesia, hal yang membuat Indonesia digemari pengunjung salah satunya karena kekayaan budaya serta alam yang beragam di Indonesia, sehingga banyak pengunjung mendatangi pariwisata Indonesia. Kunjungan yang beragam berasal dari luar negeri maupun domestik memiliki peran penting dalam pariwisata Indonesia. Hal ini menjadikan tingkat persaingan yang semakin ketat dikalangan industri pariwisata sehingga menuntut pengelola untuk dapat meningkatkan daya saing dengan memperhatikan nilai citra destinasi, pengalaman kunjungan sebelumnya dan nilai yang dirasakan oleh pengunjung agar mendapatkan minat dalam berkunjung kembali terhadap destinasi tersebut di waktu yang akan datang.

Dengan meningkatkan hal tersebut dapat menjadikan destinasi yang unggul dalam industri pariwisata tentunya hal ini menjadikan kesiapan dalam menghadapi persaingan di waktu yang akan datang ataupun pada saat sekarang dalam mencapai suatu tujuan hingga keberlangsungan industri pariwisata. Pariwisata akan semakin berkembang dan saling melengkapi pelayanan hingga fasilitas pendukung kenyamanan pengunjung agar menimbulkan kenangan dan respon yang positif di benak pengunjung, dimana saat masyarakat memiliki waktu kosong akan memanfaatkannya dengan berlibur ke berbagai objek wisata seperti pegunungan, perbukitan, lautan dan lainnya.

Banyak opsi pilihan destinasi membuat masyarakat bisa memutuskan destinasi apa saja yang dipilih untuk dikunjungi ulang. Pariwisata akan lebih menyenangkan jika saat berkunjung bisa menjadikan kunjungan destinasi tersebut dengan menawarkan peluang, pengalaman yang dirasakan serta pengetahuan kepada pengunjung dalam memperlihatkan daerah melalui khas serta keunikan yang daerah tersebut miliki. Pengunjung bisa merasakan jasa dan layanan yang diberikan sehingga pengunjung dianggap penting dalam menilai destinasi dengan cara memberikan persepsi dan kepercayaan dari pengunjung tersebut melalui pengetahuan akan destinasi dan keyakinan dengan apa yang dirasakan selama pengunjung tersebut berwisata hingga berdampak kepada *destination image*.

Destination Image menurut Agapito, Oom & daCosta (2013) adalah pendapat pengunjung secara subjektif terhadap destinasi dengan memberikan hal yang positif dalam ingatan pengunjung sehingga bisa mempengaruhi perilaku pengunjung dengan menggunakan tiga tahapan, yaitu sebelumnya memiliki pengetahuan, nilai suatu tempat berdasarkan pengalaman dan keadaan yang sesungguhnya. Penelitian yang dilakukan oleh Som & Badarneh (2011) menyatakan hasil penelitiannya yaitu *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Allameh, Pool, Jaber, Salehzadeh & Asadi (2015) juga menyatakan hasil *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Pengunjung dalam sektor pariwisata perlu diperhatikan karena cara pandang terhadap pengunjung saat ini semakin berubah. Pada saat sekarang pengunjung diartikan sebagai subjek penentu keberhasilan destinasi sedangkan saat lalu pengunjung diartikan sebagai objek dalam memperoleh pendapatan pada destinasi. Dalam memilih akan mengunjungi kembali suatu destinasi, pengunjung tetap mempertimbangkan pengalaman yang dirasakan saat mengunjungi destinasi tersebut, sehingga para pengelola pariwisata perlu memperhatikan *tourist experience* agar dapat membuat pengunjung tetap minat mengunjungi kembali destinasi yang sama dikemudian hari.

Tourist experience merupakan suatu keadaan yang membuat pengunjung berfikir secara subjektif sebagai satu hal yang tidak mudah terlupakan serta terasa menyenangkan atas pemberian suatu hal yang berhubungan dengan pengalaman (Pine & Gilmore., 2013). Saat pengunjung sudah merasakan *experience* yang diberikan oleh pihak penyedia jasa maka akan berdampak terhadap minat berkunjung kembali atau tidak. Menurut Chen & Chen (2010) *tourist experience* merupakan perasaan yang dirasakan maupun kesan yang didapatkan oleh pengunjung saat berkegiatan pada destinasi, sehingga menjadi suatu reaksi serta perasaan subjektif selama aktivitas yang dilalui.

Tan (2017) melakukan penelitian yang sama dan mendapatkan hasil bahwa *tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Chang, Backman & Huang (2014) memberikan hasil penelitian *tourist experience* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Perceived Value adalah nilai yang dirasakan pengunjung melalui persepsi bahwa apa yang diberikan dengan apa yang diterima oleh pengunjung (Lo & Lee., 2011). Dalam melakukan *revisit intention* pada objek wisata *perceived value* bisa mempengaruhi pengunjung. Semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan pengunjung, maka semakin besar *revisit intention* pengunjung. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chang et al (2014) menyatakan hasil *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Caber, Albayrak & Crawford (2020) dengan hasil penelitian bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *revisit intention*.

Kunci utama suatu destinasi yaitu dengan memberikan layanan jasa yang berkualitas maka akan meningkatkan nilai dan pengalaman pada pengunjung. Tidak mudah dalam membentuk minat pengunjung untuk bisa kembali mengunjungi suatu destinasi, terlebih dahulu harus bisa mengetahui apa hal yang diminati dan keinginan dari pengunjung. *Revisit intention* adalah pengunjung bersedia atau berencana untuk mengunjungi ulang (Chen & Funk., 2010).

Saat ini destinasi wisata alam banyak diminati, karena hal tersebut membawa dampak dikembangkannya objek wisata alam di Indonesia termasuk juga di Sumatera Barat. Banyak potensi wisata alam di Provinsi Sumatera Barat yang menarik jika dikunjungi, salah satunya Puncak Lawang yang berada di Kabupaten Agam.

Tabel 1.1

Data Kunjungan ke Kabupaten Agam

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	704.084
2019	766.699
2020	655.298
2021	701.864

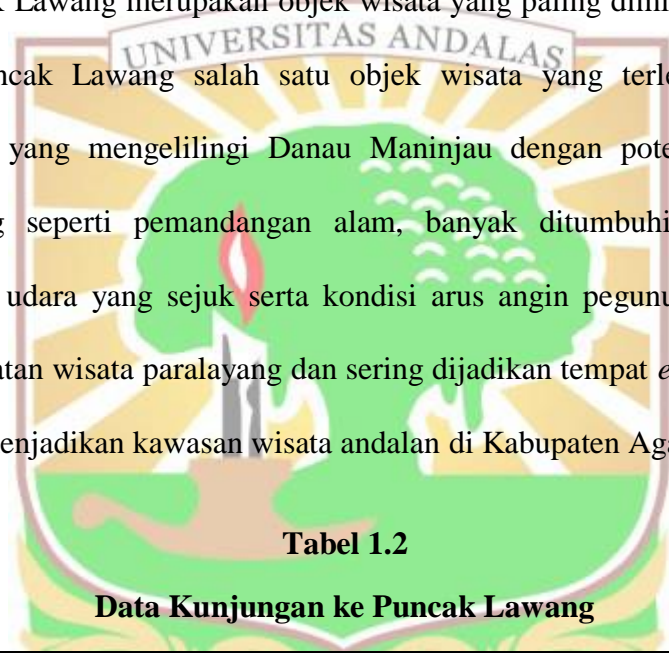
Sumber : BPS Kabupaten Agam (2021)

Data yang tertera pada tabel diatas merupakan data kunjungan ke Kabupaten Agam, dimulai dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 62.615 pengunjung, pada tahun 2020 jumlah kunjungan mengalami penurunan dikarenakan adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Sumatera Barat, selama bulan Maret sampai dengan Mei 2020, semua objek wisata di Kabupaten Agam ditutup, sehingga tidak ada pengunjung yang berkunjung. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung kembali meningkat dengan jumlah pengunjung sebanyak 701.864.

Ada beberapa objek wisata yang terdapat di Kabupaten Agam, seperti Tigo Baleh nan Basa, Lawang Park, Ambun Tanai, Ambun Pagi. Objek wisata ini umumnya dikelola oleh masyarakat setempat, hanya satu yang dikelola oleh Pemerintah, yaitu objek wisata Ambun Tanai. Objek wisata Tigo Baleh nan Basa merupakan objek wisata alam, karena aktifitas sarana dan fasilitas disini hanya terdapat gazebo. Lawang Park merupakan objek wisata ke dua yang diminati oleh pengunjung, karena disini juga terdapat berbagai macam aktivitas

dan fasilitas. Ambun Pagi sebagai objek wisata gerbang utama di kawasan tersebut, baik bagi kawasan menuju Puncak Lawang maupun kawasan Kelok 44. Ambun Tanai merupakan satu dari objek wisata yang dikelola Pemerintah, bangunan yang terdapat dikawasan ini diantaranya, menara Padang, gazebo, musholla, dan loket karcis. Ambun Tanai ini sering dijadikan rest area utama karena kawasan ini dapat dinikmati dalam waktu yang relative singkat.

Puncak Lawang merupakan objek wisata yang paling diminati masyarakat karena Puncak Lawang salah satu objek wisata yang terletak di puncak perbukitan yang mengelilingi Danau Maninjau dengan potensi alam yang mendukung seperti pemandangan alam, banyak ditumbuhi pohon pinus, temperatur udara yang sejuk serta kondisi arus angin pegunungan yang pas untuk kegiatan wisata paralayang dan sering dijadikan tempat *event* paralayang sehingga menjadikan kawasan wisata andalan di Kabupaten Agam.



Tabel 1.2
Data Kunjungan ke Puncak Lawang

Tahun	Jumlah Pengunjung
2016	110.817
2017	176.617
2018	209.987

Sumber: Database pengelola Puncak Lawang (2018)

Data jumlah kunjungan ke Puncak Lawang diatas terlihat mengalami peningkatan. Tahun 2016 pengunjung berjumlah 110.817, selanjutnya pada tahun 2017 pengunjung mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 65.800 sehingga pada tahun 2017 jumlah pengunjung sebesar 176.617 hal ini

terjadi karena pada tahun 2017 sudah terlaksana pembangunan seperti mushola, serta terdapat wahana baru yang membuat pengunjung menjadi lebih meningkat karena penambahan fasilitas tersebut. Dampaknya pun terlihat pada tahun 2018 jumlah pengunjung meningkat sampai jumlah pengunjung pada tahun itu sebesar 209.987 pengunjung.

Pengunjung yang mengunjungi Puncak Lawang sebagian besar berasal dari Sumatera Barat karena selain Puncak Lawang ini merupakan destinasi yang paling diminati di Sumatera Barat, akses menuju Puncak Lawang jika ditempuh juga tidak memerlukan waktu yang lama sehingga dalam melakukan minat berkunjung kembali didominasi oleh pengunjung yang berdomisili di Sumatera Barat.

Saat ini dengan adanya fenomena yang ada di Indonesia yaitu generasi milenial mempunyai pandangan baru untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya dengan melakukan traveling. Generasi milenial atau biasa disebut dengan Gen-Y merupakan generasi yang terlahir pada sekitar waktu tahun 1980 sampai tahun 2000. Generasi ini dikatakan generasi milenial disebabkan karena hidup pada masa pergantian milenium dan juga lahir saat terjadinya kemajuan teknologi yang pesat dan dibesarkan pada era yang lebih digital. Jika dikategorikan berdasarkan umur maka termasuk dalam generasi pada saat ini berkisaran di usia 15 sampai 34 tahun (Sharon, 2015) .

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kezia (2019) mengenai identifikasi pola perilaku pengunjung destinasi di Kanada maka generasi milenial memiliki karakteristik yaitu generasi milenial yang sering menghabiskan lebih banyak

waktu di destinasi dan lebih sering melakukan perjalanan jauh daripada kelompok umur lainnya, milenium memiliki peran penting dalam pariwisata dan *destination image*. Milenium bisa mempengaruhi orang lain dalam trend *revisit intention* karena mereka lebih terhubung dengan teknologi.

Objek wisata yang paling favorit di Kabupaten Agam adalah Puncak Lawang, di Puncak Lawang tersedia fasilitas utama seperti wahana *ethnic village*, wahana jembatan goyang, wahana *flying fox*, wahana paralayang, *spot selfie*, wahana ATV, wahana trampolin, istana balon sehingga lebih cocok untuk generasi milenial karena milenial lebih menyukai perjalanan pengunjug yang lebih menantang dan suka memacu *adrenaline*. Selain itu Puncak Lawang juga memiliki fasilitas pendukung seperti loket penjualan tiket, kendaraan angkut khusus wisata, parkir, penginapan, restoran, mushala, toilet.

Pemerintah Kabupaten Agam harus terus mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Puncak Lawang. Fasilitas yang dibutuhkan dan diinginkan pengunjug harus selalu diperhatikan, agar pengunjug mendapatkan pengalaman yang positif terhadap Puncak Lawang. Pengelola harus tetap menjaga dan berusaha agar wisata Puncak Lawang terus berjalan kedepannya. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**“ANALISIS PENGARUH *DESTINATION IMAGE, TOURIST EXPERIENCE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *REVISIT INTENTION* (Survey Pada Pengunjug Generasi Milenial di Puncak Lawang Kabupaten Agam) “**

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam ?
2. Bagaimana pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam ?
3. Bagaimana pengaruh *perceived value* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam ?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *destination image* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *tourist experience* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap *revisit intention* pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis

Untuk akademisi, bermanfaat dalam menambah pengetahuan serta memperluas wawasan pembaca tentang pengaruh *destination image*, *tourist experience* dan *perceived value* terhadap *revisit intention*

pengunjung Puncak Lawang Kabupaten Agam. Jika penelitian ini dijadikan untuk sumber informasi dalam bidang ilmu manajemen terkhusus manajemen pemasaran maka diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat.

b. Secara praktis

1. Bagi pengelola, laporan dari hasil dari penelitian ini bisa bermanfaat bagi pihak pengelola Puncak Lawang sebagai masukan dalam memperhatikan perkembangan destinasi agar pengunjung semakin yakin dan meningkatkan minat dalam mengunjungi Puncak Lawang kembali.
2. Bagi pengunjung, mendapatkan informasi mengenai *destination image*, *tourist experience* serta *perceived value* terhadap *revisit intention*.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *destination image*, *tourist experience* dan *perceived value* terhadap *revisit intention*. Penelitian ini dilakukan kepada pengunjung generasi milenial di Puncak Lawang Kabupaten Agam.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam memudahkan pemahaman dalam penelitian ini, maka dibuat sistematika penelitian yang memuat 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Untuk menyampaikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab pendahuluan ini membahas beberapa unsur yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini diuraikan berbagai literatur yang relevan dan sesuai dengan topik penelitian, dalam bab ini juga terdapat model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membuat rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang akan digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memberikan deskripsi mengenai objek penelitian, hasil penelitian yang berupa kuantitatif, interpretasi hasil penelitian serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya.