

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara yang memiliki keberaneka ragam suku dan budaya. Selain itu Indonesia juga mempunyai berbagai macam objek wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, pariwisata merupakan salah satu faktor paling penting dalam sektor ekonomi Indonesia, dimana pariwisata menjadi salah satu kontributor terbesar terhadap devisa negara. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup pesat pertumbuhannya di era ekonomi global. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata Pemuda dan Olahraga kota Bukittinggi 2017 kunjungan wisatawan mencapai 27.251 orang, angka ini mengalami kenaikan sebesar 12,8% dari tahun sebelumnya (Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Bukittinggi 2017) Pengembangan pariwisata telah terbukti memberi dampak positif dengan adanya perubahan yang besar dalam kehidupan masyarakat.

Provinsi Sumatera Barat sudah lama dikenal sebagai salah satu tujuan wisata, Kota Bukittinggi merupakan salah satu dari banyak tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan baik dalam negeri maupun luar negeri, salah satu faktor pendukungnya adalah karena kota ini memiliki banyak objek wisata yang bisa dijadikan sebagai tujuan liburan, baik itu wisata alam, cagar budaya, wisata belanja, wisata realigi, wisata kuliner dan juga ketersediaan sumber daya yang membuat pertumbuhan ekonominya cukup berkembang. Keadaan ini cukup memberikan peluang bagi perkembangan pariwisata di Kota Bukittinggi.

Bukittinggi merupakan kota dengan julukan Kota Wisata di Indonesia yang

terletak di Provinsi Sumatera Barat. Topografi kota yang berbukit dan berlembah dengan panorama alam serta dikelilingi oleh tiga gunung yaitu Merapi, Singgalang, dan Sago menjadi daya tarik Kota Bukittinggi. Kota yang mencanangkan dirinya sebagai “Kota Wisata” pada tanggal 11 Maret 1984 ini memiliki objek-objek wisata yang cukup beragam. Mulai dari objek wisata alam, objek wisata budaya, dan objek wisata sejarah. Berikut adalah tabel data kawasan dan objek wisata di Kota Bukittinggi.

Tabel 1.1
Daftar Kawasan Objek Wisata Di Kota Bukittinggi

NO	Nama Kawasan dan objek wisata	Jenis objek	Lokasi	Fasilitas
1	Taman Marga Satwa dan Budaya Kinantan (TMSBK)	Wisata alam dan budaya	Jln. Cindua Mato Kebun binatang Benteng	Arena bermain anak, Museum zoologi, Rumah adat, Medan nan Bapaneh, Jembatan gantung(limpapeh)
2	Taman Panorama dan Lobang Jepang	Wisata alam dan sejarah	Jln. Panorama	Panorama, ngarai, Lobang jepang
3	Rumah kelahiran Bung Hatta	Wisata sejarah	Jln. SoekarnoHatta	Museum
4	Museum Tri Daya Eka Dharma	Wisata sejarah	Jln. Panorama	Museum perjuangan
5	Taman Jam Gadang	Wisata sejarah	Pasar Atas Jam Gadang	Taman Bunga
6	Ngarai Sianok	Wisata alam	Ngarai	Sungai
7	Jenang 1000	Wisata alam dan sejarah	Bukit Apit	Jenang
8	Jenang Koto Gadang (Great Wall of Koto Gadang)	Wisata alam dan sejarah	Kelurahan kayu kubu	Pemandangan alam, Jembatan berayun, jenjang

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bukittinggi (Maret,2017)

Dari tabel diatas terdapat banyaknya jumlah objek wisata alam maupun objek wisata sejarah yang ada di Kota Bukittinggi, karunia alam yang ditopang dengan karunia sejarah ini, menyebabkan Bukittinggi menjadi tujuan wisata yang menarik untuk dinikmati bagi wisatawan dari luar daerah, bahkan dari luar negeri. Selain terkenal sebagai kota wisata, Kota Bukittinggi juga dikembangkan menjadi wisata

kuliner. Bagi yang gemar berwisata kuliner kota Bukittinggi juga menawarkan jajanan yang memanjakan lidah, karena terdapat beragam makanan seperti nasi kapau, kerupuk sanjai dan berbagai makanan lain nya yang berasal dari kota Bukittinggi. Bukittinggi dikenal juga sebagai pusat perbelajaan yang terdapat di pasar atas dekat objek wisata jam gadang dan juga di pasar aur. Di pasar atas banyak menjual cendera mata khas Kota Bukittinggi yang dapat dijadikan buah tangan oleh wisatawan lokal maupun asing.

Setiap tahunnya kunjungan wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri mengalami Fluktuasi, pada tahun 2012 ada wisatawan yang berkunjung sebanyak 26.802 wisatawan, pada tahun 2013 ada 32.068 wisatawan, 2014 ada 31.765 wisatawan, pada tahun 2015 ada 25.970 wisatawan, dan pada tahun 2016 ada 27.251 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang ada dikota Bukittinggi, (Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi,2017)

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, menjelaskan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha usaha yang terkait dibidang ini. Sedangkan menurut UU No. 10 tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah.

Berdasarkan hasil survei awal dengan para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang ada dikota Bukittinggi dan berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan permasalahan yang dihadapi pariwisata Bukittinggi yaitu pengalaman berwisata yang dirasakan oleh wisatawan belum mengesankan sehingga

mempengaruhi nilai yang dirasakan oleh wisatawan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kim (2012) untuk mengembangkan bidang pariwisata harus menciptakan kondisi yang menyenangkan dimana akan menjadi pengalaman yang mengesankan yang terdiri dari komponen: *hedonism, novelty, local culture, reflesment, meaningfulness, involvement, dan knowledge.*

Hal ini mengidentifikasi bahwa sebuah pengalaman yang mengesankan sangat penting dalam penawaran jasa pariwisata. Selain, *feature* dan *benefit* menjadi salah satu konsep pemasaran yang harus diterapkan dalam pariwisata untuk membuat suatu destinasi wisata berbeda dengan yang lain dapat dilakukan dengan menciptakan keunikan dan diferensiasi wisata yang ditawarkan dengan menciptakan nilai berupa pengalaman yang dirasakan wisatawan sehingga menimbulkan perasaan emosional (Schmitt, 1999).

Menurut penelitian dari Morgan *et al* (2007:14) para wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi wisata menginginkan suatu hal yang lebih dari sekedar kebutuhan mendasar yang disediakan oleh pihak yang berhubungan dengan akomodasi, keindahan alam dan wisata sejarah, tetapi mereka mencari suatu bentuk wisata yang membuat kualitas hidup mereka berbeda dan penuh pengalaman yang mengesankan.

Langkah promosi dan pemasaran pariwisata daerah merupakan hal yang saling berhubungan satu sama lain dalam membangun pariwisata daerah. Langkah promosi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bukittinggi selaku lembaga yang memiliki wewenang untuk meningkatkan sektor pariwisata di daerah. Salah satu

promosi yang dilakukan yaitu dengan mengadakan berbagai *event* yang berlokasi di objek wisata tertentu, seperti penampilan kesenian dibawah jam gadang, *event* tersebut dapat menarik minat pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri. Selain itu promosi juga berperan besar dalam membentuk citra (*image*) yang baik dimata wisatawan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Schmit (1999). Dimana dalam penelitian ini terdapat bebrapa indikator yang mempengaruhi *Experiential Marketing* yaitu *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate*. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Fiol *et al* (2011) yang menunjukkan pengalaman dan hubungan interpersonal lebih penting dari pada harga dan mengganti biaya dalam konteks klaster industri dan nilai sosial yang dirasakan oleh pelanggan pada tingkat kepuasan dan pencapaian loyalitas akhir yang mempengaruhi *revisit intention* dan menggunakan tiga dimensi *functional value, social value, emotional value*.

Dari uraian terdahulu yang ada dilatar belakang penelitian, ada beberapa masalah yang terdapat pada pariwisata yaitu masih rendahnya pengalaman wisata mengesankan yang dirasakan wisatawan pada saat berwisata yang berdampak kepada tidak terciptanya pengalaman yang berkesan bagi wisatawan (*Memorable Tourism Experience*) hal itu berdampak terhadap kunjungan kembali (*Revisit Intention*) wisatawan ke objek wisata Bukittinggi. Berdasarkan konsep diatas maka penulis merasa perlu melakukan penelitian mengenai

“Keterkaitan *Memorable Tourism Experience (MTE), Experiential Marketing dan Nilai Wisatawan terhadap Revisit Intention (Survei : Perilaku Wisatawan Nusantara di Kota Bukittinggi)*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap *Experiential Marketing* pada destinasi wisata di Bukittinggi.
2. Bagaimana pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap Nilai Wisatawan pada destinasi wisata Bukittinggi.
3. Bagaimana pengaruh Nilai Wisatawan Nusantara terhadap *Revisit Intention* di Destinasi Wisata Bukittinggi.
4. Bagaimana pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Nilai Wisatawan Nusantara di destinasi wisata Bukittinggi
5. Bagaimana pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Revisit Intention* di destinasi wisata Bukittinggi

C. Tujuan Khusus

Penelitian ini secara khusus bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap *Experiential Marketing* pada destinasi wisata di Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Memorable Tourism Experience* terhadap Nilai Wisatawan pada destinasi wisata Bukittinggi.
3. Untuk mengetahui pengaruh Nilai Wisatawan terhadap *Revisit Intention* di destinasi wisata Bukittinggi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Nilai Wisatawan di destinasi wisata Bukittinggi

5. Untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap *Revisit Intention* di destinasi wisata Bukittinggi

D. Manfaat Penelitian

Manfaat secara praktis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu memberikan masukan bagi pemerintah kota Bukittinggi untuk lebih meningkatkan fasilitas dan pelayanan pada objek wisata Bukittinggi agar menarik minat konsumen untuk berkunjung kembali.

Adapun manfaat teoritis yang diperoleh dari penelitian ini yaitu membantu penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Memorable Tourist Experience*, *Experiential Marketing*, Nilai Wisatawan Nusantara dan *Revisit Intention*.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui dan menganalisis *Experiential marketing*, *Memorable Tourism Experience* dan Nilai Wisatawan serta pengaruhnya terhadap niat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) ke kawasan wisata Bukittinggi.

F. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang tinjauan literatur mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang design penelitian, operasional variabel, metode yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran

