

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi bangsa dan negara.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancong dan turisme. Karena wisatawan mengharapkan standar tertentu negara-negara harus mencapai daya saing destinasi agar menjadi destinasi yang di sukai oleh wisatawan. Menurut Waseema (2017) ketika persaingan terjadi antara kelompok bisnis pariwisata, mereka memerlukan perencanaan strategis dan strategi seperti biaya rendah, diferensiasi dan spesialisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Destinasi secara luas dapat dilihat sebagai wilayah geografis yang berbeda, yang dapat menghasilkan arus wisatawan yang berkelanjutan dengan menawarkan kombinasi atraksi alam dan yang diciptakan serta banyak elemen nyata dan tidak nyata yang merupakan pengalaman wisata yang unik. Suatu destinasi dapat fokus pada perencanaan, pengembangan, pengelolaan, pengorganisasian, pemasaran dan pemantauan konsepsi untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan (Howe, 2003).

Pariwisata adalah industri penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap anggaran nasional dan lokal. Pada saat ini pariwisata dianggap sebagai salah satu industri terbesar di dunia. Industri pariwisata memberi dampak pada sektor bisnis seperti hotel, restoran, penerbangan dan agen perjalanan. Pariwisata semakin penting karena memberi manfaat peningkatan pendapatan maupun penciptaan lapangan pekerjaan.

Pariwisata menjadi salah satu sumber devisa yang besar, baik di negara-negara maju maupun di negara-negara berkembang. Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang sangat strategis dan menimbulkan dampak berganda (*multiplier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak memberikan keuntungan terhadap sektor sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi negara (Riyadi & Hakim, 2012).

Saat ini pariwisata masih menjadi penghasil devisa kedua dengan 15 miliar dollar AS, dibawah minyak sawit mentah (CPO) yang mencapai 17 miliar dollar AS (Yoga, 2018, p. 1). Dua sektor investasi yang paling berpeluang tumbuh pesat pada tahun 2018 adalah pariwisata dan *e-commerce*. Pariwisata mempunyai keunggulan karena mayoritas berada di sektor jasa. Selain itu pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga level paling bawah masyarakat. Tiap tahun performa pariwisata indonesia terus menanjak (Ahmad, 2018, p. 1).

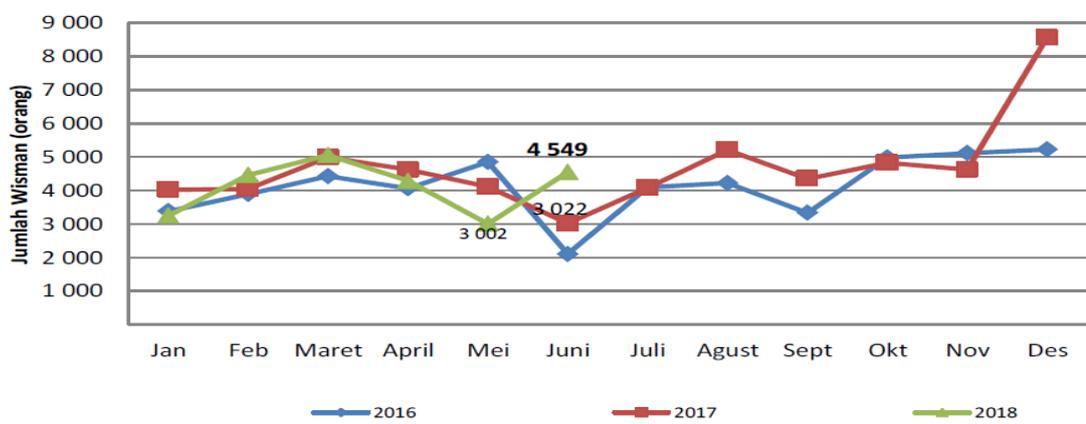
Berkembangnya beragam destinasi wisata di indonesia telah mendorong pertumbuhan investasi di sektor pariwisata. Pada tahun 2017 menunjukkan, investasi di sektor pariwisata mengalami pertumbuhan hingga 31% atau senilai

USD 1,7 miliar. Sementara catatan di kuartir pertama tahun 2018, pariwisata indonesia telah mencapai USD 500 juta atau seperempat dari target yang ditetapkan yaitu sebesar USD 2 miliar. Pada tahun 2018 Indonesia berada di peringkat 42 dalam seranai *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)*. Naik 8 peringkat dari tahun sebelumnya. Skor indonesia adalah 4,16 dari total 7 (Ahmad, 2018, p. 1).

Indonesia memiliki wisata alam yang sukar di tandingi di kawasan Asia. Indonesia memiliki pantai, gunung, hutan, danau hingga gurun pasir. Di dunia, daya saing wisata alam Indonesia berada di peringkat 14. Di Asia Tenggara, peringkat Indonesia hanya kalah dari Thailand. Disisi lain Indonesia juga unggul dalam daya saing harga. Daya saing harga merupakan komponen yang penting dalam indeks daya saing pariwisata sebuah negara (Nuran, 2017, p. 1).

Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat memiliki potensi alam melimpah untuk pariwisata, ini adalah salah satu hal yang dapat dibanggakan dari Sumatera Barat, dengan adanya pariwisata dapat menunjang perekonomian masyarakat. Seperti mulai dari wisata laut, gunung, danau, budaya, dan kuliner. Sumatera Barat juga memiliki wisata yang terkenal di dunia seperti Mentawai dengan ombak untuk *surfing*, rendang sebagai makanan terenak di dunia, dan Pariangan sebagai desa terindah di dunia serta Sumatera Barat sebagai daerah tujuan pariwisata halal dunia dalam ajang *World Halal Tourism Award* di Abu Dhabi tahun 2016, yang ikut menaikkan pamor pariwisata Sumatera Barat (Prakoso, 2016, p. 1).

Potensi kunjungan pariwisata dan perkembangan pariwisata Sumatera Barat mengalami peningkatan. Tidak hanya peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara namun juga peningkatan kunjungan oleh wisatawan domestik atau nusantara. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Barat dapat dilihat perkembangan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung :



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat (2018)

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung Melalui BIM dan Pelabuhan Teluk Bayur Januari 2016 – Juni 2018

Berdasarkan grafik diatas jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Sumatera Barat melalui Bandara Internasional Minangkabau (BIM) bulan Juni 2018 mencapai 4.549 orang, mengalami peningkatan sebesar 51,53 persen dibanding bulan Mei 2018 yang tercatat sebanyak 3.002 orang. Bila dibandingkan dengan bulan Juni 2017, wisman bulan Juni 2018 mengalami peningkatan sebesar 50,53 persen. Wisman bulan Juni 2018 ini memberikan kontribusi sebesar 0,35 persen terhadap total wisman yang berkunjung ke Indonesia (Wisman Nasional 1.318.028 orang). Sedangkan jumlah wisatawan nusantara atau domestik yang berkunjung ke Sumatera Barat pada tahun 2017

mengalami kenaikan 7% atau mencapai lebih dari 7,8 juta orang dibandingkan pada tahun 2016 (Erinaldi, 2016, p. 1)

Hasil penelitian yang dilakukan Pusat Kajian Sosial Budaya dan Ekonomi (PKSBE) Universitas Negeri Padang menemukan sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat mengakui daerah Sumatera Barat memiliki daya tarik berupa alam yang indah. Berdasarkan survei yang dilakukan 58 persen wisatawan menilai alam Sumatera Barat indah dan sesuai dengan harapan sebelum mereka berkunjung. Namun disisi lain wisatawan menilai fasilitas rumah ibadah, toilet tidak memadai begitupun dengan infrastruktur penunjang (Yuda, Manggala, 2018, p. 1) yang mana hal ini berkaitan dengan dimensi *support* dalam mengukur daya saing suatu destinasi wisata seperti infrastruktur, jaringan komunikasi, fasilitas ditempat wisata dan aksesibilitas menuju kawasan wisata. Dan faktor lain yang mempengaruhi adalah *climate & activities, image & location, entertainment* dan *price*.

Memorable Tourism Experience (MTE) merupakan kesan wisatawan terhadap suatu destinasi wisata yang terus menerus diingat setelah kunjungan selesai. Suatu destinasi harus mampu memberikan pengalaman kualitas produk atau jasa yang memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Suatu destinasi dapat menempatkan pengalaman wisatawan sebagai produk inti dari jasa mereka (Kim, 2017). Daya saing destinasi wisata dapat diartikan sebagai kemampuan destinasi wisata untuk menyampaikan barang dan layanan lebih baik daripada destinasi wisata lainnya dengan pengalaman pariwisata yang dianggap penting oleh wisatawan (Knežević Cvelbar, Dwyer, Koman, & Mihalič, 2015).

Menurut Lee, Choi, & Breiter, (2013) menjelaskan bahwa faktor kunci keberhasilan sebuah destinasi wisata adalah kemampuan untuk bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Zolfani & Sedaghat (2015) menyatakan bahwa destinasi wisata dapat bersaing dalam pasar pariwisata apabila destinasi wisata mampu memberikan “*tourism experience*” yang tak terlupakan bagi wisatawan. *Memorable tourism experience* adalah pengalaman wisatawan dimasa lalu yang melekat dalam pikiran wisatawan dalam jangka waktu yang panjang (Akkuş & Güllüce, 2016).

Memorable tourism experience dapat diringkas menjadi pengalaman para wisatawan yang dianggap layak untuk diingat berdasarkan dengan pengalaman mereka. Pengalaman yang berkesan sangat berbeda dari pengalaman aktual dan pengalaman wisatawan membawa kepentingan dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan (Akkuş & Güllüce, 2016). Daya saing yang kompetitif adalah kemampuannya suatu destinasi untuk mempengaruhi dan meningkatkan pengeluaran (pembayaran) wisatawan saat berkunjung ke suatu destinasi, untuk semakin menarik pengunjung sambil memberi mereka kepuasan, pengalaman yang tak terlupakan, dan melakukannya dengan cara yang menguntungkan. Dan meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal dan melestarikan sumber daya alam destinasi untuk generasi mendatang (Añaña *et al.*, 2018). Oleh karena itu, menerima destinasi untuk menjadi sumber yang penting bagi pembentukan lingkungan *experiential* yang diinginkan sulit untuk ditiru dan digantikan (Akkuş & Güllüce, 2016). Agar dapat memperoleh keuntungan persaingan dalam industri pariwisata, destinasi perlu menawarkan semua atraksi dengan cara yang lebih

unggul maka tujuan alternatif terbuka untuk pengunjung potensial dan memberikan pengalaman wisata yang tak terlupakan, yakni semakin banyak kapasitas pengalaman penciptaan destinasi, maka semakin besar kekuatan kompetisi itu harus dimiliki (Akkuş & Güllüce, 2016).

Salah satu objek wisata yang ada di Sumatera Barat adalah Harau, yang terletak di Kabupaten Lima Puluh Kota. Keindahan alam yang terdapat di Harau diantaranya, resort Aka Barayun, resort Sarasah Bunta dan resort Rimbo Piobang. Harau terus mengembangkan wisatanya, terbukti dengan di bukanya wahana baru yang terletak di kampung Sarasah seperti, wahana sampan kecil untuk berkeliling menikmati keindahan alam Harau, wahana *zip line bike* (sepeda terbang dan balon terbang) dan kampung Sarasah juga menawarkan pasir putih dengan latar belakang bangunan seperti berada di Korea dengan sebuah pohon kering, yang mana ini menjadi salah satu tempat yang digemari wisatawan untuk berfoto.

Tentunya dengan berbagai keunggulan destinasi pariwisata di Harau ini harus dapat memberikan suatu pengalaman yang berkesan kepada pengunjung yang datang agar dapat memiliki daya saing yang dapat menciptakan suatu keunggulan dalam destinasi tersebut. *Tourism experience* merupakan salah satu bagian dalam pariwisata yang berperan penting dalam daya saing destinasi wisata. *tourism experience* merupakan sumber keunggulan bersaing yang hanya tidak mudah ditiru namun mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama. Mei (2014) juga menegaskan menegaskan bahwa usaha dalam memberikan “*tourism experience*” kepada wisatawan jauh lebih penting dari pada produk pariwisata itu sendiri. Chandralal & Valenzuela (2013) menambahkan bahwa dalam bersaing

dan bertahan dalam pasar pariwisata, suatu destinasi wisata harus mampu memberikan pengalaman wisata (*tourism experience*) yang unik dan tak terlupakan kepada wisatawan. *Memorable tourism experience* dan *destination competitiveness* juga harus terus ditingkatkan mengingat industri pariwisata merupakan industri yang akan terus berkembang dan salah satu penyumbang devisa terbesar.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang *memorable tourism experience* dan *destination competitiveness* Sumatera Barat, dengan judul : **“Pengukuran *Memorable Tourism Experiences* terhadap *Destination Competitiveness* di Kawasan Wisata Harau, Kabupaten 50 kota“**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dapatlah dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana pengaruh *memorable tourism experiences* terhadap *destination competitiveness* di kawasan Harau.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

Untuk menganalisis pengaruh *memorable tourism experiences* terhadap *destination competitiveness* di kawasan Harau.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *memorable tourism experience* dan *destination competitiveness*. Selain itu dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ilmu manajemen pada konsentrasi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Menjadi sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh dalam kehidupan sehari-hari pada bidang pariwisata.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Dapat menjadi referensi yang relevan untuk penelitian-penelitian selanjutnya dibidang pariwisata yang akan diteliti.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian, dimana penulis melakukan penelitian pada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Harau. Ruang lingkup yang diteliti adalah Pengukuran *Memorable Tourism Experiences* terhadap *Destination Competitiveness* di Kawasan wisata Harau. Penyebaran kuisioner pada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Harau.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian yang penulis laksanakan terdiri dari bab-bab yang tergabung dalam sebuah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisikan latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan, manfaat dan ruang lingkup serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori yang digunakan meliputi, *memorable tourism experiences* dan *destination competitiveness*. Di dalam bab ini juga akan dijelaskan tentang beberapa penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model kerangka konseptual yang akan dipedomani didalam tahapan pengolahan data.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, defenisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dibahas tentang hasil proses penyebaran kuesioner penelitian, deskriptif umum responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan sara



