

BAB I

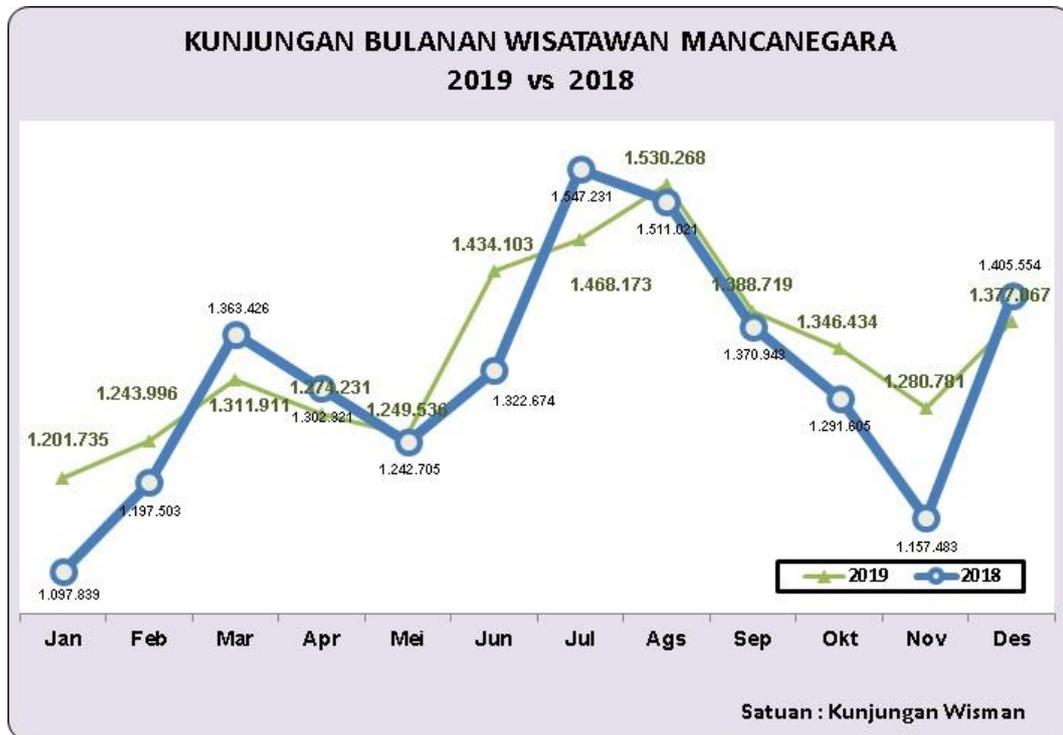
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2017), Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang terdiri dari 17.504 pulau. Hal tersebut menjadikan Indonesia disebut sebagai Negara Maritim. Tidak hanya itu, Indonesia juga memiliki tanah yang subur menjadikan Indonesia dikenal sebagai Negara Agraris, karena sebagian besar penduduk Indonesia mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian. Di samping itu, Indonesia kaya akan kebudayaan yang beraneka ragam di setiap masing-masing daerah di Indonesia.

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.

Tentunya, Indonesia mempunyai ciri khas masing-masing di setiap daerah. Sehingga, hal inilah yang menjadi keunggulan tentunya. Dikaruniai keindahan dan kekayaan sumber daya. Maka tidak salah Negara Indonesia disebut sebagai Zamrud Khatulistiwa. Hal ini yang menjadi daya tarik wisatawan asing untuk datang berkunjung ke Indonesia. Berikut data kunjungan wisatawan mancanegara dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber : *Kementerian Pariwisata, Republik Indonesia (2020)*

Gambar I.1 Data Jumlah Kunjungan Wisman ke Indonesia

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2020), diketahui bahwa pada tahun 2018 hingga tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan. Dilihat dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk pada bulan Desember 2019 berjumlah 1.377.067 kunjungan, atau mengalami penurunan sebesar 2,03% dibandingkan bulan Desember 2018 yang berjumlah 1.405.554 kunjungan.

Dari data tersebut bahwa Indonesia mampu memiliki daya tarik tersendiri di bidang pariwisata. Keterlibatan kontribusi masyarakat yang bertempat tinggal di daerah pariwisata menjadi hal yang penting untuk memberikan kesan kepada wisatawan yang berkunjung. Kesan tersebut tidak hanya seputar cerita dan keindahan yang ditawarkan obyek wisata, tetapi juga kebiasaan dan adat istiadat sehari-hari.

Jika masyarakat lokal bisa secara aktif berpartisipasi dalam pariwisata ini, hal tersebut bisa meningkatkan perekonomian daerah mereka. Bisa dikatakan bahwa sektor wisata adalah salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian daerah di Indonesia. Berbagai Destinasi wisata di Indonesia selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

Dengan demikian, tentunya mendorong Indonesia dalam bidang perekonomian Indonesia. Mengutip dari laman *website* Sindonews.com (2017), 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.

Menurut Yoeti (2008:20), 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.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Indonesia, Berikut ini adalah data tabel yang menunjukkan jumlah devisa yang diperoleh Indonesia pada sektor pariwisata:

Tabel I.1 Jumlah Devisa Indonesia Sektor Pariwisata

Wilayah	Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US\$)			
	2015	2016	2017	2018
Indonesia	10.761	11.206	13.139	16.426

Sumber: *Badan Pusat Statistik* (2019)

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2019), terlihat bahwa dari tahun 2015 hingga tahun 2018 jumlah devisa yang diperoleh Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan setiap tahunnya sebesar 0.66%. Hal inilah, betapa pentingnya sektor pariwisata di Indonesia menjadi sumber pendapatan yang cukup besar. Mengutip pada laman *website* Kementerian Pariwisata (2019), yang mengatakan bahwa sektor pariwisata diproyeksikan akan menjadi inti dari ekonomi suatu negara dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia untuk lima tahun kedepan.

Dikutip dari laman *website* Wikipedia.com, Kabupaten Pandeglang merupakan salah satu Kabupaten Pandeglang yang berada di Provinsi Banten, yang terletak diantara 06°21'00"-07°10'00" LS dan 105°48'00"-106°11'00" BT dengan luas Wilayah 2.746,91 km². Pada tanggal 4 Oktober 2000, Kabupaten Pandeglang yang semula menjadi bagian dari Wilayah Provinsi Jawa Barat. Kini resmi menjadi bagian Wilayah Administratif Provinsi Banten. Selain itu, Kabupaten Pandeglang terkenal akan kawasan pariwisata. Karena memiliki banyak destinasi wisata yang beraneka ragam yakni, baik wisata alam maupun wisata budaya.

Berikut ini data kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara di Kabupaten Pandeglang Tahun 2008-2019 dapat dilihat pada gambar berikut ini:

**Tabel I.2 Data Kunjungan Wisatawan di Destinasi Wisata
Kabupaten Pandeglang Tahun 2008 – Tahun 2019**

No.	Tahun	Wisman	Wisnus	Jumlah	Keterangan
1	2008	619	79.859	80.478	NAIK
2	2009	20.643	1.472.558	1.493.201	NAIK
3	2010	15.408	1.647.549	1.662.957	NAIK
4	2011	13.437	2.017.223	2.030.660	NAIK
5	2012	11.837	2.410.584	2.422.421	NAIK

6	2013	2.625	3.001.177	3.003.802	NAIK
7	2014	4.139	3.146.761	3.150.900	NAIK
8	2015	4.452	3.357.779	3.362.231	NAIK
9	2016	2.146	3.790.587	3.792.733	NAIK
10	2017	1.974	3.831.027	3.833.001	NAIK
11	2018	2.579	3.102.472	3.105.051	TURUN
12	2019	2.370	2.403.769	2.406.139	TURUN
JUMLAH		82.229	30.261.345	30.343.574	

Sumber: *Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang (2020)*

Sehingga, berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang (2020), terlihat jumlah wisatawan pada lokasi-lokasi wisata tersebut jumlah wisatawan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pada tahun 2008 hingga tahun 2017. Sementara, pada tahun 2018-2019 jumlah wisatawan mengalami penurunan yang cukup signifikan yakni, berkisar ± 600.000 wisatawan.

Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang (2020), sebagian besar Wilayah Kabupaten Pandeglang merupakan dataran rendah dan dataran bergelombang. Pada kawasan Selatan terdapat rangkaian pegunungan. Serta sungai yang mengalir diantaranya Sungai Ciliman yang mengalir kearah Barat dan Sungai Cibaliung mengalir kearah Selatan. Daerah Kabupaten Pandeglang mempunyai beberapa potensi wisata yaitu diantaranya, Pantai, Pegunungan, Tempat Rekreasi, Air Panas, serta Wisata Budaya.

Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong merupakan salah satu wisata alam air panas yang terletak di Desa Sukamanah Kecamatan Kaduhejo, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. Pemandian Air Panas Gunung Torong sendiri mulai berdiri sejak tahun 2007. Air panas yang terdapat di pemandian air panas tersebut berasal dari Gunung Karang yang mengandung belerang, hal inilah yang menjadi ciri

khas dari Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong. Karena dipercaya berkhasiat menyembuhkan penyakit diantaranya, seperti rematik dan asam urat. Umumnya pengunjung yang datang berusia lebih dari 50 tahun. Berikut ini data kunjungan wisatawan Pemandian Air Panas Gunung Torong Tahun 2017-2019 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel I.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan
Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong**

Bulan	Wisatawan		
	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
Januari	19.098	15.772	20.994
Februari	7.364	8.491	9.515
Maret	8.617	9.253	11.242
April	10.059	9.642	14.879
Mei	9.204	10.914	4.089
Juni	7.808	9.720	34.707
Juli	15.785	21.016	16.064
Agustus	10.771	10.224	15.587
September	8.910	6.834	9.854
Oktober	8.406	8.978	9.629
November	8.594	9.029	10.091
Desember	14.607	19.299	11.092
Jumlah	129.223	139.172	167.743

Sumber: *Dinas Pariwisata Kabupaten Pandeglang (2020)*

Berdasarkan data dari pengelola Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong, terlihat jumlah wisatawan yang datang pada tahun 2017 hingga tahun 2019 mengalami kenaikan. Sehingga, masalah inilah yang akan dijadikan objek penelitian dengan mengambil beberapa faktor lainnya sebagai variabel penelitian. Berdasarkan uraian tersebut,

Pemandian Air Panas Gunung Torong seharusnya menaruh perhatian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention*. Perubahan jumlah kunjungan wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu citra destinasi wisata Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong.

Faktor pertama, yang mempengaruhi *revisit intention* adalah citra destinasi (*destination image*). Citra destinasi tempat wisata akan memberikan kepercayaan dan pendapat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali. Mengenai suatu destinasi, dan apa yang dirasakan wisatawan selama berwisata di tempat tujuan. Berikut beberapa alasan wisatawan memilih untuk berkunjung ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong dari sudut pandang citra destinasi wisata, diantaranya:

**Tabel I.4 Hasil Survei Awal Variabel
Citra Destinasi Wisata (*Destination Image*)**

Pernyataan	Presentase Jawaban
Untuk terapi kesehatan	41,7%
Terdapat wahana permainan	16,7%
Harga tiket masuk terjangkau	5,6%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti melalui *Google Form* pada wisatawan Obyek Pemandian Air Panas Gunung Torong, wisatawan hanya boleh memilih satu jawaban dari pernyataan “apa yang menjadi alasan Anda menyukai Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong?”. Sebanyak 72 wisatawan menjawab, 41,7% atau 31 wisatawan memilih untuk terapi kesehatan.

Pernyataan tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Wibowo, *et al.* (2016), hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa citra

destinasi (*destination image*) berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali (*revisit intention*) dan kepuasan pengunjung (*tourist satisfaction*) berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali (*revisit intention*) pada Setu Babakan Kampung Budaya Betawi.

Kemudian, faktor kedua yang mempengaruhi intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*) adalah pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*). Pengalaman berwisata yang tak terlupakan dapat dirasakan wisatawan setelah mengunjungi suatu destinasi wisata pilihan mereka, apabila destinasi wisata yang dikunjungi dapat memberikan kesan. Berikut tanggapan wisatawan terhadap pengalaman yang dirasakan setelah berkunjung Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong, diantaranya:

Tabel I.5 Hasil Survei Awal Variabel Pengalaman Berwisata yang Tak Terlupakan (*Memorable Tourism Experiences*)

Pernyataan	Presentase Jawaban
Suasana tempat wisata yang menyenangkan	31,9%
Tempat wisata strategis, akses jalan mudah dijangkau	4,1%

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti melalui *Google Form* pada wisatawan Obyek Pemandian Air Panas Gunung Torong, sebanyak 72 wisatawan menjawab pada pengalaman berwisata yang tak terlupakan, sebanyak 31,9% atau 24 wisatawan memilih suasana tempat wisata yang menyenangkan.

Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zhang, *et al.* (2018), pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa Secara simultan atau bersama-sama citra negara (*country image*), citra destinasi (*destination image*) dan pengalaman

berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi (*revisit intention*) kembali ke destinasi wisata.



Sumber: Data diolah oleh peneliti

Gambar I.2 Grafik Pertimbangan Wisatawan Memilih Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong

Pada gambar I.2, berdasarkan hasil survei secara keseluruhan pada 72 responden wisatawan, bahwa sebesar 41,7% dari 100% pertimbangan wisatawan memilih berkunjung ke Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong yaitu untuk terapi kesehatan. Karena ciri khas dari Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong adalah air panas alami yang berkhasiat menyembuhkan beragam penyakit.

Berdasarkan data dari *Google Reviews* (2020), beberapa wisatawan yang telah mengunjungi Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong memberikan komentar yang baik. Tidak jauh berbeda dengan data sebelumnya diantaranya, tiket masuk murah, udara tempat wisata masih segar, halaman luas dan tempat liburan yang sesuai untuk keluarga. Dapat disimpulkan bahwa, saat mengunjungi Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong, wisatawan dapat merasakan pengalaman berwisata

yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*). Terutama saat wisatawan menikmati suasana yang menyenangkan saat berendam air panas di kolam pemandian.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi intensi mengunjungi kembali, diantaranya citra destinasi wisata (*destination image*) dan pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*).

Berdasarkan kompleksnya permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Citra Destinasi Wisata (*Destination Image*) dan Pengalaman Berwisata (*Memorable Tourism Experiences*) Terhadap Intensi Mengunjungi Kembali (*Revisit Intention*) pada Wisatawan Obyek Wisata Pemandian Air Panas Gunung Torong Kabupaten Pandeglang”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*)?
2. Apakah terdapat pengaruh citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*)?
3. Apakah terdapat pengaruh pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*)?
4. Apakah terdapat pengaruh citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*) melalui

pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat serta dapat dipercaya dan diandalkan mengenai:

1. Hubungan antara pengaruh citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*).
2. Hubungan antara citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*).
3. Hubungan antara pengaruh pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*).
4. Hubungan antara pengaruh citra destinasi wisata (*destination image*) terhadap intensi mengunjungi kembali (*revisit intention*) melalui pengalaman berwisata yang tak terlupakan (*memorable tourism experiences*).

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian mengenai intensi mengunjungi kembali bukan satu-satunya, sudah banyak penelitian yang dilakukan mengenai penelitian tersebut. Tetapi, setiap penelitian mengenai intensi mengunjungi kembali memiliki pengaruh variabel yang berbeda-beda. Salah satunya pada kebaruan penelitian ini yaitu, pengaruh citra destinasi wisata dan pengalaman berwisata yang tak terlupakan terhadap intensi mengunjungi kembali pada industri pariwisata.

Penelitian mengenai intensi mengunjungi kembali di analisis dengan menggunakan teknik analisis yang beragam diantaranya, SEM, SEM-PLS, regresi linier berganda, *path analysis*, dan lain-lain. Disesuaikan dengan model penelitian para peneliti. Namun pada penelitian ini, peneliti menggunakan *path analysis* dengan SPSS Versi 24 yang disesuaikan dengan model penelitian.

Pada penelitian jurnal relevan, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya beragam, diantaranya menggunakan wawancara, kuesioner berupa angket, dan observasi. Namun pada penelitian ini, selain melakukan wawancara. Peneliti menggunakan survei melalui *Google Form* dan angket kuesioner yang diberikan langsung kepada responden wisatawan. Hal tersebut agar responden dapat memilih mengisi kuesioner sesuai keinginan dan mempermudah responden dalam mengisi kuesioner

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi kebaruan dalam penelitian ini adalah, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai intensi mengunjungi kembali. Penelitian ini berfokus pada wisatawan yang datang berkunjung ke salah satu tempat wisata yang berada di Kabupaten Pandeglang yaitu, Pemandian Air Panas Gunung Torong. Sedangkan, untuk teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur atau *path analysis* dengan SPSS.