

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki peran penting dalam pemasukan devisa negara. Setiap negara memiliki potensi wisata yang berbeda, karena dipengaruhi oleh faktor geografis dan budaya. Letak geografis dan latar belakang budaya yang berbeda menjadikan setiap negara hadir dengan keunikannya masing-masing. Pada piagam pelestarian pusaka Indonesia yang dideklarasikan di Ciloto 13 Desember 2003, *heritage* disepakati sebagai pusaka. Pusaka (*heritage*) Indonesia meliputi pusaka alam merupakan bentuk alam yang istimewa, pusaka budaya adalah hasil cipta, rasa, karsa, dan karya istimewa dari 500 suku bangsa di Indonesia (Magdalena, 2012).

Dalam beberapa tahun terakhir perkembangan sektor pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat, sehingga sangat menentukan sebagai sumber pendapatan suatu negara. Mengacu pada data yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2018 pariwisata Indonesia dikunjungi 15,81 juta kunjungan. Peningkatan 12,58% dibandingkan tahun 2017 yang berjumlah 14,04 juta kunjungan, membuktikan bahwa pariwisata merupakan lahan basah untuk meraup devisa negara. Berdasarkan hal tersebut Indonesia sangat gencar mempromosikan lokasi wisata yang berada di setiap daerah, salah satunya pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) khususnya Pulau Lombok adalah salah satu daerah yang memiliki sektor wisata dengan perkembangan yang pesat. Pulau Lombok sendiri merupakan sebuah pulau yang terletak di Sunda Kecil atau Nusa Tenggara yang dipisahkan oleh Selat Lombok dari Pulau Bali di sebelah barat dan Selat Alas di sebelah timur dari Pulau Sumbawa. Topografi Pulau Lombok didominasi oleh gunung berapi Rinjani yang memiliki tinggi mencapai 3762 mdpl yang merupakan gunung tertinggi ketiga di Indonesia.

Pariwisata Lombok sendiri memenuhi segala aspek untuk tumbuh menjadi salah satu destinasi penting dalam bisnis pariwisata di Indonesia. Keindahan alam Lombok terpampang pada pesona lautan, megahnya Gunung Rinjani, perbukitan, air terjun, sungai, daerah pedesaan, hutan dan lain sebagainya. Keindahan alam ini dilengkapi dengan penduduk lokal yang ramah dan bersahabat yang masih menjaga praktik-praktik tradisi dan adat istiadat yang unik dan beragam. Menurut Zhang *et al.*, (2018) citra (*image*) yang baik dari destinasi wisata dapat memberikan kualitas pengalaman yang tinggi kepada wisatawan.

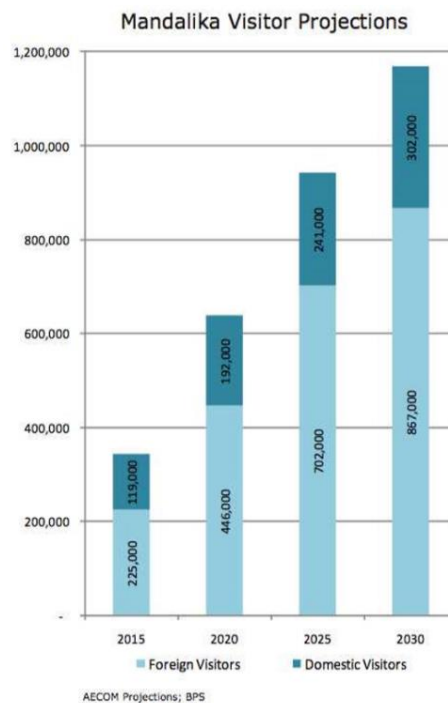
Keindahan alam dan keunikan budaya yang ada tentu menjadi jaminan bagi para wisatawan yang berkunjung untuk mendapatkan pengalaman wisata yang tinggi serta menyenangkan sehingga menimbulkan kepuasan wisatawan dan mendorong untuk berkunjung kembali. Citra destinasi (*Destination Image*) dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan misalnya, pengambilan keputusan dalam memilih tujuan, evaluasi pasca perjalanan, dan perilaku mendatang (Baloglu *et al.*, 1999; Stylos *et al.*, 2016).

Salah satu destinasi wisata di Indonesia yang memiliki *heritage* menarik adalah pantai Kuta Mandalika yang terletak di Lombok Tengah bagian selatan pulau Lombok Nusa Tenggara Barat, sekitar 16 kilometer atau 20 menit dari bandara internasional Lombok. Perayaan Bau Nyale merupakan budaya yang unik dan menarik bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara, dimana dalam perayaan Bau Nyale kegiatan semua masyarakat untuk manecari cacing laut yang dipercaya sebagai jelmaan dari Putri Mandalika.

Perayaan Bau Nyale dan nama Kuta Mandalika diangkat berdasarkan sejarah dari Putri Mandalika yang dikenal dengan parasnya yang cantik, sehingga banyak pangeran ingin menikah dengannya tetapi untuk membuat perdamaian akhirnya dia mengorbankan hidupnya dengan terjun ke laut, sehingga tidak ada yang bisa menikahinya. Setiap tahunnya, masyarakat Lombok Tengah merayakan upacara Bau Nyale, yaitu ritual mencari cacing laut yang dipercaya sebagai jelmaan dari Putri Mandalika. Menurut Wu and Li, (2017) menjelaskan ketika destinasi wisata memiliki *Heritage Image* yang menarik dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan.

Selain itu di kawasan Kuta Mandalika terdapat desa budaya yaitu desa Sade. Desa yang masih alami dengan bangunan tua dan tradisi masyarakat yang masih menggunakan alat dan bahan tradisional. Kuta Mandalika juga merupakan pantai dengan pesona laut yang indah, pantai yang berpasir putih bersih, dan terdapat beberapa bukit di sekitar pantai yang bermanfaat untuk wisatawan ketika ingin menikmati pantai secara keseluruhan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2014, Kuta Mandalika menjadi kawasan ekonomi khusus (KEK) Pariwisata, dengan luas area sebesar 1.035,67 Ha dan menghadap Samudera Hindia (kek.go.id). Dalam pengembangan proyek kawasan Kuta Mandalika Lombok, memiliki proyeksi kedatangan wisatawan mancanegara dan nusantara pada tahun 2015 – 2030 akan mengalami peningkatan.



Sumber : AECOM Projections; BPS

Gambar 1.1
Grafik Proyeksi Kedatangan Menuju Mandalika

Proyeksi tersebut diperhitungkan berdasarkan tiga segmen yaitu: (1) Wisatawan asing langsung menuju Lombok, (2) Wisatawan asing yang perjalanannya melewati Bali menuju Lombok, (3) Wisatawan lokal (Gandjar, 2013). Berdasarkan gambar diatas proyeksi AECOM (*Achitecture Engineering Consulting Opration and Maintenance*) menunjukan kunjungan wisatawan ke

Kuta Mandalika terus mengalami peningkatan, dimana jumlah pengunjung wisatawan mancanegara lebih banyak dibandingkan dengan nusantara. Hal ini dilihat berdasarkan pertumbuhan pariwisata, yang dimana kawasan selatan pulau Lombok lebih berkembang dibandingkan kawasan yang lain dan akses dari bandara yang dekat dengan kawasan pariwisata.

Persaingan dalam industri pariwisata dan perhotelan yang semakin ketat membuat destinasi harus menciptakan dan memberikan pengalaman yang berkesan kepada konsumen mereka agar dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Neuhofner, Buhalis, *and* Ladkin., 2012, 2015). Pengalaman yang berkesan berkaitan dengan dimensi (personal, relasional, dan lingkungan) dan melewati tahapan (suasana, sosialisasi, emosi dan refleksi) (Coelho *et al.*, 2018). Pengalaman berkesan yang sudah dilewati wisatawan dapat menjadi faktor internal dalam langkah pertama yang dilakukan untuk memilih tujuan wisata, dengan mengingat pengalaman masa lalu (Chandralal *and* Valenzuela, 2013; Kim, 2014).

Salah satu penyebab peningkatan jumlah kunjungan wisata adalah kualitas pengalaman yang baik, sehingga menyebabkan wisatawan berkunjung kembali atau merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Menurut Prayag *et al.*, (2012) untuk menarik pengunjung berulang, penting untuk memastikan tingkat kepuasan wisatawan dengan pengalaman yang mereka dapatkan. Untuk menciptakan pengalaman yang baik salah satunya melalui pelayanan yang di berikan kepada wisatawan, pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman

pariwisata (Schmitt, 2004). Oleh karena itu pengalaman wisata merupakan esensi dari industri pariwisata dan perhotelan (Zhang *et al.*, 2018).

Penelitian yang dilakukan Chen *and* Chen, (2010) menjelaskan bahwa *heritage image* memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan pengalaman. Selain itu, Wu *and* Li., (2017) dalam studinya menyatakan bahwa *heritage image* memiliki dampak positif terhadap kualitas pengalaman (*experiential quality*), ketika persepsi wisatawan tentang tujuan wisata mengalami peningkatan dapat mempengaruhi tingginya kualitas pengalaman yang didapatkan.

Citra destinasi merupakan faktor penting yang mempengaruhi kualitas pengalaman wisatawan, penelitian pengalaman wisatawan telah berkembang dari dasar-dasar pengalaman sampai pengalaman yang tidak terlupakan (Ritchie *and* Hudson, 2009). Chen *and* Tsai, (2007) mengungkapkan bahwa citra destinasi memiliki efek positif secara langsung pada nilai yang dirasakan dan kualitas pengalaman. Ketika wisatawan mendapatkan kualitas pengalaman yang tinggi akan menjadi pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan dan citra tujuan wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhinya (Zhang *et al.*, 2018).

Menurut Romiti *et al.*, (2016) dalam studinya menyatakan kualitas pengalaman seperti kualitas teknis dan layanan pada pariwisata olahraga dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan ke teman terdekat atau keluarga. Chen *et al.*, (2018) menjelaskan pada wisata budaya niat perilaku wisatawan dapat dipengaruhi secara positif oleh kualitas pengalaman wisatawan seperti budaya baru yang didapatkan

dan terlibat langsung dalam budaya lokal sehingga menciptakan kualitas pengalaman yang tinggi. Demikian halnya dalam studi Zhang *et al.*, (2018) mengungkapkan tingginya kualitas pengalaman wisatawan dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan untuk berkunjung kembali.

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka pengaruh citra warisan (*heritage image*), di pantai Kuta Mandalika Lombok sangatlah menarik untuk diteliti dengan mengaitkan citra destinasi (*destination image*), kualitas pengalaman (*experiential quality*) dan niat perilaku (*behavioral intentions*). Alasan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Karena bukti empiris pengaruh pengaruh citra warisan (*heritage image*), citra destinasi (*destination image*), kualitas pengalaman (*experiential quality*) terhadap niat perilaku (*behavioral intentions*) masih sedikit bahkan belum ada dengan judul yang sama
2. Peneliti mencoba menindaklanjuti rekomendasi dari beberapa penelitian di atas seperti, Baloglu *et al.*, (1999); Schmitt (2004); Chen and Tsai (2007); Ritchie and Hudson (2009); Chen and Chen (2010); Prayag *et al.*, (2012); Chandralal and Valenzuela (2013); Kim (2014); Neuhofer, Buhalis, and Ladkin., (2012, 2015); Romiti *et al.*, (2016); Stylos *et al.*, (2016); Wu and Li (2017); Zhang *et al.*, (2018); Coelho *et al.*, (2018); Chen *et al.*, (2018) agar melakukan penelitian dengan tema yang sama dan objek yang berbeda atau sampel yang berbeda serta kultur budaya yang berbeda, guna memperkuat penelitian tersebut atau menyangkalnya.

3. Potensi wisata yang mendukung dengan dibuktikannya kenaikan jumlah pengunjung wisatawan pada setiap tahun.

Fokus penelitian ini berjudul : Pengaruh citra warisan (*heritage image*), citra destinasi (*destination image*), kualitas pengalaman (*experiential quality*) dalam mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intentions*) wisatawan di pantai Kuta Mandalika Lombok.

B. Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas dan merujuk pada penelitian yang diacu, maka penelitian ini dibatasi hanya pada variabel citra warisan (*heritage image*), citra destinasi (*destination image*), kualitas pengalaman (*experiential quality*) dan niat perilaku (*behavioral intentions*). Pembatasan ini dilakukan agar dapat memperjelas arah penelitian.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka memuaskan kebutuhannya akan berlibur atau rekreasi. Kualitas pengalaman merupakan sebuah esensi dalam industri pariwisata. Suatu destinasi wisata yang memiliki kunjungan wisatawan terus meningkat pada setiap tahunnya merupakan destinasi yang memiliki citra yang baik. Citra destinasi tersebut berasal dari keindahan alam yang dimiliki, *heritage* dan budaya dari destinasi tersebut dan pelayanan yang di berikan oleh destinasi tersebut. Namun banyak destinasi wisata yang tidak memiliki keindahan alam dan budaya yang menarik tetapi memiliki kunjungan wisatawan yang terus meningkat. Hal tersebut

menimbulkan pertanyaan pada penelitian ini, apakah pengalaman dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku wisatawan.

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada, maka permasalahan pada penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana pengaruh *heritage image*, *destination image*, *experiential quality* dalam mempengaruhi niat perilaku wisatawan di pantai Kuta Mandalika Lombok. Sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *heritage image* berpengaruh terhadap *experiential quality*?
2. Apakah *destination image* berpengaruh terhadap *experiential quality*?
3. Apakah *experiential quality* berpengaruh terhadap *revisit intentions*?
4. Apakah *experiential quality* berpengaruh terhadap *Intention to recommend*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *heritage image* terhadap *experiential quality*.
2. Menganalisis pengaruh *destination image* terhadap *experiential quality*.
3. Menganalisis pengaruh *experiential quality* terhadap *revisit intentions*.
4. Menganalisis pengaruh *experiential quality* terhadap *Intention to recommend*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi tambahan bagi penelitian berikutnya khususnya pada program studi manajemen pemasaran Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Manfaat praktik

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang didapat dalam praktik sebenarnya, serta dapat menambah referensi dibidang manajemen pemasaran.

Hasil dari penelitian ini dapat membantu Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam mengembangkan Kawasan Mandalika agar dapat menarik lebih banyak wisatawan. Semakin bertambahnya jumlah wisatawan yang berwisata ke Kawasan Mandalika, maka pendapatan dari sektor wisata akan semakin meningkat. Hal ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi Provinsi Nusa Tenggara Barat. Nilai kontribusi pendapatan dari sektor pariwisata dalam pendapatan Provinsi Nusa Tenggara Barat akan meningkat.

F. Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas dari penelitian ini terletak pada pengembangan model penelitian dari penelitian yang dilakukan (Zhang *et al.*, 2018), (Chen *et al.*, 2018) (Wu *and* Li, 2017). Sepengetahuan penulis perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya atau penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian dan subjek penelitian. Secara eksplisit, belum ada penelitian yang menggabungkan

antara pengaruh *heritage image*, *destination image*, dan *experiential quality* dalam mempengaruhi niat perilaku wisatawan di pantai Kuta Mandalika Lombok.