

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Wisata adalah kegiatan yang akan dilakukan oleh setiap orang untuk menghilangkan rasa bosan dan jenuh. Rasa bosan serta jenuh biasanya terjadi karena rutinitas yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari seperti bekerja yang dilakukan oleh orang dewasa ataupun belajar yang dilakukan oleh para pelajar. Meskipun setiap orang melakukan rutinitas yang berbeda-beda, namun kebutuhan akan berwisata pasti dirasakan oleh setiap orang, mulai dari adanya rasa ingin memanjakan diri untuk sementara waktu sampai dengan anggapan bahwa berwisata menjadi suatu target yang harus dipenuhi. Seiring dengan berjalannya waktu, maka lahirnya ilmu pariwisata yang memberikan begitu banyak manfaat bagi manusia. Sebuah pergerakan perjalanan seorang wisatawan adalah bentuk kegiatan mendasar yang bertujuan untuk memenuhi keberagaman kebutuhan hidupnya. Mulai dari bertujuan untuk penyegaran fisik manusia dan psikis hingga dalam bentuk aktualisasi diri, dalam bentuk penambahan pengalaman serta pencerahan bagi pribadi masing-masing.

Kesadaran akan pentingnya berwisata mulai dirasakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan rasa puas yang dimiliki oleh manusia. Baik itu puas dalam indra penglihatan ketika melihat suatu objek yang indah ataupun perasaan senang yang timbul pada saat melakukan perjalanan wisata. Manfaat lain dari pariwisata merupakan sebagai sarana untuk belajar sambil bermain, ialah belajar untuk mencintai alam serta mengenal berbagai suatu hal baru yang ada didalam alam

tersebut sehingga bermanfaat untuk menambah pengetahuan. Guna memenuhi kepuasan dalam berwisata, beberapa pihak mulai sengaja untuk merancang objek wisata. Objek wisata ini bertujuan untuk mengembalikan semangat pengunjung ketika mengalami kebosanan dengan rutinitas sehari-hari mereka, tentunya adanya objek wisata juga bertujuan untuk menumbuhkan rasa bahagia bagi pengunjung agar mereka bisa bersantai dengan menikmati pemandangan yang indah serta menenangkan sehingga rasa penat yang dialami oleh para pengunjung bisa hilang. Bagi masyarakat sekitar objek wisata bisa bernilai ekonomis, artinya masyarakat sekitar bisa memanfaatkannya sebagai sumber pendapatan. Pariwisata dapat disebut dengan istilah *Tour*, artinya ketika seseorang melakukan perjalanan untuk singgah di beberapa tempat hanya untuk sementara saja serta akan berakhir dengan kembali ke tempatnya semula adalah tempat sebelum melakukan perjalanan. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa seorang yang melakukan kegiatan wisata atau *tour* bukanlah bertujuan untuk bekerja mencari nafkah ataupun menghasilkan uang, namun berwisata yaitu sarana untuk menghilangkan rasa penat setelah melakukan beberapa aktifitas yang selalu rutin dikerjakan secara berulang. Kondisi ini akan lebih ringan jika aktivitas rutin disertai dengan berwisata yang bisa menimbulkan pengalaman.

Brent Ritchie et al (2011) pengalaman pariwisata adalah kegiatan evaluasi yang objektif dari setiap individu dalam kejadian yang bersangkutan dengan kegiatan pariwisata mulai dari mempersiapkan untuk bepergian wisata, pada saat ada di destinasi wisata serta saat selesai melakukan perjalanan wisata. Sifat yang mendasari dalam pengalaman pariwisata dikelompokkan dalam empat bidang,

adalah: pendidikan, keindahan, hiburan serta pelarian. Di tinjau dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan jika pengalaman pariwisata adalah perjalanan untuk berpergian mengunjungi sebuah objek wisata yang menjadi sarana untuk belajar dan menikmati suasana baru yang beda dengan suasana rumah. Oleh karena itu sebagai perencana pembangunan wisata harusnya memfasilitasi sebuah destinasi wisata dengan baik agar dapat menarik para pengunjung sehingga pengunjung akan terpicat dan mempunyai kesan yang baik dalam pariwisata tersebut. Inti dari sebuah pariwisata adalah pengalaman yang didapatkan ketika pulang dari berwisata. *Experience* memiliki arti sebagai pengalaman. *Experience* didefinisikan sebagai bagaimana cara seseorang mengapresiasi perasaannya ketika melihat dan mengalami sesuatu hal yang dirasa sangat berkesan sehingga menciptakan sebuah kenangan yang tidak terlupakan. Pine & Gilmore dalam Frida (2011), *Good and quality experience is given by the seller to customers, which is a very memorable experience, this can determine whether a business has the ability to generate revenue or not.*

Kusumawati (2011), bagian dalam dimensi *Experiential Marketing* terdiri dari: *sense, feel, think, act* dan *relate*. Nigam (2012), dalam *Experiential Marketing*, *sense* berkaitan dengan *sensory experience* yang merupakan penciptaan sebuah pengalaman berhubungan dengan panca indra melalui apa yang dilihat, apa yang didengar, sentuhan, bau dan rasa. Dalam dimensi *feel* pelayanan yang diberikan harus bisa mempengaruhi mood serta emosi pengunjung terhadap sebuah merek suatu perusahaan. Sedangkan *think*, dibutuhkan adanya kecerdasan manajemen dengan tujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman yang kognitif dan

pemecahan masalah secara kreatif terhadap pelanggan. Destinasi wisata merupakan area geografis sebagai lokasi yang dapat menarik wisatawan untuk tinggal secara sementara yang terdiri dari berbagai produk pariwisata, sehingga membutuhkan berbagai prasarat untuk merealisasikannya.

Salah satu destinasi wisata yang menarik juga berada di Kabupaten Lumajang Indonesia yang terletak pada kawasan tapal kuda Provinsi Jawa Timur. Jika dilihat secara geografis, Kabupaten Lumajang terletak pada  $112^{\circ}53'$  -  $113^{\circ}23'$  Bujur Timur serta  $7^{\circ}54'$  -  $8^{\circ}23'$  Lintang Selatan. Ketinggian daerah Kabupaten Lumajang sangat bervariasi, mulai dari (0-3.676 m). Berdasarkan letaknya Kecamatan Pronojiwo merupakan ada sebuah Air Terjun Tumpak Sewu atau Coban Sewu berketinggian sekira 120 meter yang berada di perbatasan Kabupaten Lumajang serta Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Air Terjun Tumpak Sewu adalah Air Terjun terindah di pulau jawa serta Indonesia. Air Terjun Tumpak Sewu memiliki formasi unik karena memiliki aliran air yang melebar seperti tirai sehingga termasuk dalam tipe air terjun *Tiered*. Lokasi Air Terjun Tumpak Sewu ada di dalam sebuah lembah curam memanjang dengan elevasi 500 meter di atas permukaan air laut. Air Terjun Tumpak Sewu terbentuk di aliran Sungai Glidih yang berhulu di Gunung Semeru.

Hal ini berdampak pada banyaknya wisatawan yang datang ke Lumajang hanya untuk menikmati wisata alam tersebut. Khususnya Air Terjun Tumpak Sewu, air terjun ini terkenal dengan adanya panorama yang sangat asri sekaligus menjadi destinasi wisata Internasional. Banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang mengunjungi untuk menikmati panorama, Air Terjun Tumpak Sewu secara

administratif terletak pada dua Kabupaten ialah Kabupaten Lumajang serta Kabupaten Malang. Akses menuju Air Terjun Tumpak Sewu adalah melalui Desa Sidomulyo Krajan Kabupaten Lumajang, Karena keberadaan destinasi wisata Air Terjun Tumpak Sewu, maka masyarakat memanfaatkan peluang tersebut dengan menyediakan beberapa penginapan atau *homestay* yang terletak di rumah penduduk, tentunya hal ini memudahkan para wisatawan jika ingin bermalam dan berpariwisata untuk turun ke Air Terjun Tumpak Sewu ataupun berwisata di sekitarnya.

Hal ini peneliti menemukan fenomena wisata alam yang menarik adalah: Air Terjun Tumpak Sewu yang terletak di Desa Sidomulyo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Fenomena ini diperkuat dengan adanya data yang menunjukkan kunjungan wisatawan Air Terjun Tumpak Sewu selalu terjadi peningkatan setiap tahunnya. Berikut dapat dilihat peningkatan jumlah wisatawan wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu adalah:

Tabel 1.1

Kunjungan Wisata Air Terjun Tumpak Sewu Periode 2017-2020

Tahun	Kunjungan Wisata nusantara	Kunjungan Wisata mancanegara
2017	25.000,0	100
2018	26.000,0	120
2019	29.000,0	154
2020	15.000,0	0

Sumber data: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Lumajang (2020)

Pada data tersebut menyajikan jumlah pengunjung wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu dari wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara untuk tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Jika dilihat dari data yang ada, terjadi penurunan

jumlah pengunjung pada tahun 2020. Hal tersebut dikarenakan pada bulan maret terjadi adanya Covid-19. jadi dari pihak pemerintah tidak mengijinkan adanya kegiatan wisatawan dibuka dengan alasan akan merugikan para wisatawan yang ingin mengunjungi serta menghindari terjadinya kecelakaan yang tidak diinginkan. Alasan inilah yang menyebabkan jumlah pengunjung dari tahun 2017 ke tahun 2020 mengalami penurunan. Air Terjun Tumpak Sewu tidak dibuka secara total dalam jangka waktu yang belum bisa ditentukan oleh pihak pemerintah karena kondisi masih belum baik.

Penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini dilakukan oleh Priyanto, (2016) yang berjudul “Pengaruh Dimensi *Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Berwisata (Studi Pada Objek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang)”. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, adalah sama-sama membahas tentang *sense, feel* dan *think*. Yang berbeda adalah objek yang akan diteliti. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan responden sebagai sampel. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *sense* dan *feel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya kepuasan wisatawan. *Sense, feel* dan *think* dapat menjelaskan dalam rangka menentukan tingkat kepuasan wisatawan, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

Penelitian lain yang memiliki kesamaan dilakukan oleh Maunier & Camelis (2013) yang berjudul “*Toward an identification of elements contributing to satisfaction with the tourism experience*”. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang pengalaman

pariwisata dan kepuasan. Sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian ini membahas tentang Teknik kritis insiden, tujuan, ketidakpuasan serta jasa pariwisata. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan insiden sebagai dasar untuk menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan wawasan yang lebih luas dan pandangan holistik dari perlakuan dalam pengalaman pariwisata, memberikan sebuah dukungan guna melakukan pendekatan global untuk pengalaman pariwisata itu sendiri sebagai elemen yang berhubungan dengan tujuan serta layanan swasta yang berkontribusi dalam bidang kepuasan dan ketidakpuasan wisatawan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kusumawati (2011) yang berjudul “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: *Kasus Hypermart Malang Town Square*”. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah sama-sama membahas tentang *experiential marketing*, sedangkan perbedaan dalam penelitian tersebut membahas *customer satisfaction*, *customer loyalty*, dan perbedaan juga terletak pada objek yang sedang diteliti adalah Matos dengan menggunakan responden yang merupakan pelanggan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu *experiential marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan pelanggan dianggap sebagai variabel perantara.

Penelitian setelahnya oleh Resmitha et al (2020) yang berjudul “Pengaruh Dimensi *Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Gunung Semeru Di Lumajang”. Penelitian ini memiliki persamaan yang sama-sama membahas tentang *tourism experience*, sedangkan perbedaan dalam penelitian tersebut merujuk pada penilaian tentang kepuasan berwisata dan

tujuannya untuk mengetahui pengaruh dari pengalaman berwisata terhadap kepuasan berwisata.

Hal inilah yang menjadi landasan peneliti untuk meneliti serta mengungkap fenomena kepuasan berwisata pada objek destinasi wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu Lumajang dengan perspektif *experience tourism* sebagai bentuk bagian dari pengalaman berwisata. Dimensi yang akan di teliti adalah *sense, feel dan think*, Yang berkaitan dengan *sense* merupakan penciptaan sebuah pengalaman berhubungan dengan panca indra melalui apa yang dilihat, apa yang didengar, sentuhan, bau dan rasa. Dalam dimensi *feel* pelayanan yang diberikan harus bisa mempengaruhi mood serta emosi pengunjung terhadap sebuah merek suatu perusahaan. Sedangkan *think*, dibutuhkan adanya kecerdasan manajemen dengan tujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman yang kognitif dan pemecahan masalah secara kreatif terhadap pelanggan. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, penulis tertarik melakukan sebuah penelitian tentang **“Pengaruh Dimensi *Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Alam Air Terjun Tumpak Sewu Di Lumajang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka didapatkan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah *Sense* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang?
- b. Apakah *Feel* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang?



- c. Apakah *Think* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang?
- d. Apakah *Sense*, *Feel* dan *Think* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka didapatkan perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *Sense* yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Feel* yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *Think* yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Sense*, *Feel* dan *Think* yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada destinasi wisata alam Air terjun Tumpak Sewu Lumajang.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan seperti yang telah diuraikan diatas, maka adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai yang bermanfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Untuk melakukan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran serta pada perilaku konsumen. Sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak penelitian sebelumnya dan bermanfaat sebagai sarana untuk menambah wawasan mengenai *Tourism Experience* serta kepuasan berwisata bagi para pembaca.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi masukan kepada pihak pengelola destinasi wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu, baik masyarakat sekitar, pemerintahan daerah melalui dinas kebudayaan serta pariwisata kabupaten lumajang. dan desa wisata sidomulyo krajan kecamatan pronojiwo kabupaten lumajang mengenai seberapa besar adanya pengaruh dari *Tourism Experience* yang berupa *Sense, Feel* dan *Think* terhadap kepuasan berwisata pada destinasi wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu, sehingga dapat dimengerti serta dipahami mengenai apa yang diinginkan dan diharapkan oleh para wisatawan, dan dapat menjadi salah satu referensi dalam melakukan pengembangan sarana serta prasarana destinasi wisata alam lebih lanjut tanpa ada mengurangi eksklusifitas alam pada destinasi wisata alam Air Terjun Tumpak Sewu di Lumajang. Adapun beberapa manfaat secara praktis adalah sebagai berikut:

1) Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan perpustakaan yang ada di STIE Widya Gama Lumajang dan dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan *Tourism Experience*.

2) Bagi Wisatawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi wisatawan yang sedang berkunjung dapat memperoleh wawasan tambahan dalam bentuk pengetahuan tentang wisata sekaligus sebagai sarana untuk meningkatkan rasa peduli terhadap sumber daya alam yang ada.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baik dari segi teori ataupun praktik serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen di STIE Widya Gama Lumajang.

4) Bagi Peneliti Setelahnnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar atau salah satu inspirasi untuk menjadi sumbangan ketika melakukan penelitian selanjutnya.

