

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang menjadi peran serta dalam kemakmuran sebuah Negara. Perkembangan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat baik sosial, budaya, maupun ekonomi yang sangat penting bagi suatu Negara. Bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode merupakan salah satu wujud keberhasilan sebuah pariwisata. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terpenuhi jika wisatawan yang telah berkunjung merasa puas terhadap destinasi yang ditawarkan oleh para pengelolanya. Wisatawan akan menjadi loyal untuk mengulang liburannya di masa yang akan datang jika mereka merasa puas, sehingga memungkinkan mereka merekomendasikan kepada teman-temannya atau kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama (Utama & Junaedi, 2018:1).

Berwisata merupakan kegiatan untuk menghilangkan kepenatan dari aktivitas seperti belajar dan bekerja secara berkelanjutan, serta dapat menghilangkan perasaan lelah, memberi rasa relaksasi, serta dapat mengetahui peninggalan sejarah atau budaya. Kesadaran kebutuhan akan berwisata sudah mulai dirasakan oleh masyarakat disekitar kita, rasa puas yang dirasakan oleh manusia baik melalui panca indra dan perasaan senang dapat diraih setelah menikmati

pemandangan alam sebagai kebesaran-Nya yang tiada duanya. Wisata merupakan suatu kegiatan yang berpindah dari suatu tempat ke tempat lain guna untuk bersenang-senang atau tujuan lainnya. “Tujuan kepariwisataan antara lain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, menghapus kemiskinan, mengurangi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan, memupuk rasa cinta tanah air, dan mempererat persahabatan antar bangsa” (UU Nomor 10, 2009:5-6 dalam Abdillah, 2017:2).

Citra (*image*) pariwisata) adalah kepercayaan yang dimiliki oleh wisatawan mengenai produk atau pelayanan yang wisatawan beli atau akan beli. Citra destinasi tidak selalu terbentuk dari pengalaman atau fakta, tetapi dapat menjadi factor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisatawan ke suatu destinasi pariwisata (Pitana dan Diarta, 2009 dalam Abdillah, 2017:3).

Sedangkan destinasi wisata adalah suatu tempat yang dikunjungi dalam periode tertentu selama masa perjalanan seseorang jika dibandingkan dengan tempat lainnya yang dilalui selama melakukan perjalanan. Destinasi wisata merupakan entitas pada suatu wilayah geografis tertentu yang di dalamnya terdapat komponen produk pariwisata dan layanan, serta unsur pendukung lainnya seperti pelaku industri pariwisata, masyarakat, dan institusi pengembang yang membentuk suatu sistem dalam menciptakan motivasi kunjungan serta totalitas pengalaman kunjungan bagi para wisatawan (Pitana dan Diarta, 2009 dalam Abdillah, 2017).

“Citra destinasi yaitu kumpulan dari sejumlah keyakinan, ide dan kesan bahwa orang merasa memiliki destinasi tersebut tersebut.” (Ali Hasan, 2015:139 dalam Abdillah, 2017:3). *Destination image* terdiri atas tiga indikator yakni *affective, cognitive, dan unique* (Hailin Qu et al, 2010:6 dalam Rizki & Pangestuti, 2017:159).

Experience yang berarti sebuah pengalaman. Kamus bahasa Inggris Webster mendefinisikan *experience* sebagai sesuatu dalam hidup yang ditemui, dialami, atau dilalui, serta berarti melibatkan indera dan menciptakan kenangan yang tahan lama.

“Daya tarik wisata sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata. Seseorang tidak akan mau mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik yang biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan pengalaman berwisata” (Priyadi, 2016:44).

(Prayitno, 2016) dengan judul Pengaruh Dimensi *Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Berwisata pada Obyek Wisata B29 Argosari Kecamatan Senduro Lumajang mengemukakan bahwa *Strategic Experiential Modules (SEMs)* terdiri atas *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate Experience*.

Tidak semua tempat yang ada disuatu kawasan wisata dapat dikelompokkan sebagai daya tarik daerah tujuan wisata. Untuk menjadi daya tarik sebuah daerah wisata, terdapat beberapa syarat. R & Rozak (2012) daya tarik tempat tujuan wisata merupakan motivasi utama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata. Daya tarik wisata dikelompokkan menjadi empat yaitu (1) Daya tarik wisata alam (*natural attraction*); (2) Daya tarik wisata yang dikelola khusus

(*managed visitor attractions*) dan (3) Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*); (4) Daya tarik wisata sosial.

Beberapa penelitian tentang citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata telah dilakukan oleh peneliti terdahulu diantaranya penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali (Amalia & Murwatiningsih, 2016; Sayangbatti & Baiquni, 2013; Fitroh & Hakim, 2017; Hidayat & Chalil 2017; Artuger & Cetinsoz, 2017; Mulyana & Ayuni, 2016). Sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali (Abdillah, 2017).

Beberapa penelitian tentang pengalaman wisatawan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pengalaman wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali (Prayitno, 2016; Yuniawati & Finardi, 2016). Sedangkan dalam penelitian lain menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali (Syahrul, 2015).

Pembentukan citra sebelum melakukan perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Sedangkan citra yang di tawarkan setelah adanya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan intensitas untuk melakukan kunjungan wisata kembali kemasa mendatang, tergantung pada kemampuan dan upaya daerah tujuan wisata dalam menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang wisatawan miliki tentang daerah wisata (Khairani, 2009 dalam Amalia & Murwatiningsih, 2016).

Pengalaman masa lalu yang baik dengan resiko yang kecil menjadi faktor dalam memprediksi mengapa wisatawan mengulangi pengalaman liburannya. Konsumen atau pelanggan yang puas akan melakukan kunjungan ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa yang dirasakan (Prayitno, 2016).

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, nilai dan kemudahan berupa keaneragaman alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi kunjungan wisatawan (UU Nomor 10, 2009:5-6 dalam Abdillah, 2017:2).

Salah satu destinasi wisata yang menarik di Kabupaten Lumajang adalah Obyek Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang. Perkebunan-perkebunan teh yang besar di Indonesia biasanya dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (Perkebunan Nusantara). PT Perkebunan Nusantara XII Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang merupakan perusahaan (Persero) yang mengelola perkebunan teh, sekaligus memproduksi teh hitam. Khususnya pada proses budidaya yang dilakukan yaitu dimulai dari pembibitan, penanaman, pemeliharaan hingga proses panen.

Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang adalah tempat wisata yang ramai dengan wisatawan pada hari biasa maupun hari liburan. Dengan keterbatasan sarana dan prasarana, namun tidak mengurangi minat dari wisatawan untuk berkunjung. Fenomena yang terjadi diperkuat dengan adanya data kunjungan wisatawan yang selalu terjadi peningkatan dalam setiap tahunnya

selama dua tahun terakhir setelah di bukanya registrasi pada wisata kebun teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang, berikut dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.1. Data Kunjungan Wisata Agro Kertowono Tahun 2017-2019

Bulan	2017		2018		2019	
	Wisatawan Lokal	Wisatawan Manca	Wisatawan Lokal	Wisatawan Manca	Wisatawan Lokal	Wisatawan Manca
Januari	-	-	624	-	1,025	-
Februari	-	-	383	-	400	-
Maret	-	-	666	-	-	-
April	-	-	424	-	-	-
Mei	399	-	524	-	-	-
Juni	528	-	1,596	-	-	-
Juli	1,748	-	483	-	-	-
Agustus	566	-	471	-	-	-
September	458	-	498	-	-	-
Oktober	813	-	700	-	-	-
November	1,115	-	680	-	-	-
Desember	662	-	665	-	-	-
Jumlah	6,325	-	7,714	-	1,425	-

Sumber : Laporan Tahunan PTPN XII Kebun Teh Kertowono

Dari data diatas dapat dilihat bahwa wisata alam kebun teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajangmeski masih terbilang baru dikenal namun setiap tahunnya telah mengalami peningkatan yang signifikan.

Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang memiliki pesona keindahan yang sangat menarik untuk dikunjungi. Citra destinasi yang ditawarkan pada wisata kebun teh Kertowono kecamatan Gucialit Lumajang sangat indah, diantaranya udaranya yang sejuk, spot foto yang menarik serta keindahan hamparan teh hijau yang sangat memikat mata. Tempat ini bisa memberikan sensasi yang berbeda dengan aktivitas kita sehari-hari. Wisata ini memberikan pengalaman yang sangat menantang adrenalin karena perjalanannya yang berkelok-kelok serta jalanannya yang terjal. Sehingga dapat memberikan pengalaman yang tidak terlupakan. Daya tarik wisata yang ditawarkan pada wisata kebun teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang sangat beragam, diantaranya wisata ini terkenal sebagai destinasi wisata yang memiliki pabrik pengolahan teh hitam yang sekaligus memproduksi teh hitam, banyaknya warga yang bekerja sebagai buruh petik teh yang sangat ramah dan baik, serta perkebunan teh berpetak miring yang hijau dan menyejukkan mata.

Perkebunan Teh Kertowono ada di wilayah Perkebunan Nusantara (PTPN) XII dengan luas wilayah sekitar 2.267,97 hektar. Perkebunan Teh Kertowono berjarak sekitar 55 kilometer, perjalanan bisa di tempuh menggunakan kendaraan pribadi maupun umum. Alasan saya meneliti wisata alam kebun teh karena memiliki daya tarik tersendiri yang membuat banyak wisatawan datang berkunjung untuk menikmati sejuknya udara kawasan pegunungan. Objek wisata yang unik dan berbeda akan membuat banyak wisatawan penasaran dan akan berusaha untuk dapat berkunjung ke tempat itu. Keunikan dari wisata ini terdapat beberapa wisata didalamnya diantaranya Puncak KBR atau Kampung Baru Raya

dan Puncak 74 atau lebih dikenal dengan P74, sehingga memicu daya tarik masyarakat Lumajang untuk mengunjunginya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS DAMPAK CITRA DESTINASI, PENGALAMAN WISATAWAN DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KEMBALI PADA WISATA KEBUN TEH KERTOWONO KECAMATAN GUCIALIT LUMAJANG”**.



1.2. Batasan Penelitian

Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan Pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang. Berdasarkan latar belakang serta penelitian terdahulu dan supaya pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya meneliti persepsi pengunjung wisata mengenai citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali.

- b. Penelitian ini hanya meneliti persepsi pengunjung wisata mengenai citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata sejauh mana ketertarikan dan pengambilan keputusan pengunjung untuk mengunjungi kembali tempat wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.
- c. Penelitian ini hanya meneliti tentang keputusan berkunjung kembali. Keputusan berkunjung kembali penulis pilih karena wisatawan yang telah puas akan destinasi wisata tersebut dapat dilihat dari wisatawan yang akan mengulang liburannya kembali di tempat yang sama pada masa yang akan datang.
- d. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.

1.3.Rumusan Masalah

Pembentukan citra dan pemilihan citra destinasi adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata, citra destinasi akan berpengaruh pada kepuasan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Sedangkan pengalaman wisatawan dalam setiap tempat wisata beragam, banyak wisata yang menawarkan pengalaman yang sangat memacu adrenalin dengan resiko yang kecil, serta semakin banyaknya tempat wisata yang menawarkan daya tarik yang unik, yang berupa keaneragaman alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi kunjungan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang, penelitian terdahulu, serta batasan masalah yang ada mengenai Analisis Dampak Citra Destinasi, Pengalaman Wisatawan, dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Wisatawan maka rumusan masalah berkaitan dengan persepsi dari pengunjung akan destinasi suatu wisata yang ditawarkan. Seiring berjalannya waktu produk wisata yang telah ditawarkan oleh pengelola wisata memang cukup bervariasi, peran persepsi dari wisatawan akan pengambilan keputusan berkunjung kembali dalam berwisata berbeda-beda. Namun hal tersebut masih perlu dilakukan pembuktian ulang. Sehingga menimbulkan pertanyaan yang dijadikan sebagai berikut :

- a. Apakah citra destinasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang?.
- b. Apakah pengalaman wisatawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang?.
- c. Apakah daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang?.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, terdapat pokok permasalahan yang akan dijadikan sebagai tujuan dalam penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh Citra destinasi terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman wisatawan terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung kembali pada Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Kabupaten Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermaksud agar mempunyai manfaat yang di harapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.

Adapun mnafaat untuk pihak-pihak tersebut diantaranya :

- a. Bagi Peneliti
 - 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
 - 2) Dapat mengukur pengetahuan penulis terhadap obyek wisata.
 - 3) Sebagai sarana untuk memperdalam ilmu pengetahuan.
 - 4) Sebagai bahan penelitian lanjutan terhadap masalah yang relevan.
- b. Bagi Wisata Kebun Teh Kertowono Kecamatan Gucialit Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bermanfaat bagi industri pariwisata di dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik wisatawan lokal maupun asing.

c. Bagi STIE WIDYA GAMA LUMAJANG

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan citra destinasi, pengalaman wisatawan, dan daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

