

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata menjadi sektor pembangunan yang tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan alam, Kekayaan alam mampu memberikan manfaat bagi makhluk hidup. Pengelolaan pariwisata berdampak penuh untuk masa yang akan datang, pembangunan berkelanjutan yang melahirkan paradigma wisata berkelanjutan dan salah satu bentuk penerapan konsep pariwisata berkelanjutan adalah bentuk ekowisata atau dikenal sebagai paradigma *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Ekowisata memiliki potensi wisata kuat yang mampu menarik perhatian wisatawan dan menjadi modal utama untuk mengembangkan destinasi wisata, banyak wisatawan rela menghabiskan biaya yang lebih mahal untuk dapat menikmati keunikan, keindahan dan keanekaragaman alam. Negara di berbagai dunia memandang bahwa ekowisata berpotensi untuk menjadi alat untuk pembangunan ekonomi serta perlindungan lingkungan terutama untuk negara yang masih berkembang (Honey dalam Ardiansyah, 2022).

The International Ecotourism Society (TIES) mengatakan bahwa definisi ekowisata adalah perjalanan yang memiliki tanggung jawab untuk mengunjungi tempat yang masih alami guna melestarikan lingkungan dan memajukan kesejahteraan masyarakat setempat (Seba dalam Ardiansyah, 2022), hal ini sering kali melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat setempat

dalam pengelolaan dan pemeliharaan sumber daya alam yang diharapkan pemberdayaan ini memberikan manfaat untuk masyarakat sendiri.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, salah satunya adalah Jawa barat. Jawa barat memiliki keindahan alam yang menakjubkan, meliputi keanekaragaman budaya, sejarah yang kaya, serta kelezatan kuliner khas yang menggugah selera. Dari pantai yang indah hingga situs bersejarah yang memukau, Jawa barat menawarkan pengalaman wisata yang memikat bagi setiap wisatawan terutama destinasi alam yang tentu harus dijaga keberlanjutannya. Salah satu tempat penghasil ekowisata andalan Jawa Barat adalah Kabupaten Bandung barat.

Kementerian Dalam Negeri (KEMENDAGRI) memberikan penghargaan Swasti Saba Wistara kepada Kabupaten Bandung Barat sebagai kabupaten/kota sehat. Penghargaan ini menandakan bahwa Kabupaten Bandung Barat telah memenuhi sembilan tatanan yang ditentukan, salah satunya adalah tatanan pariwisata. Sebagai destinasi wisata yang berpotensi, Kabupaten Bandung Barat telah menciptakan beberapa destinasi wisata berkelanjutan, seperti Dusun Bambu. Dusun Bambu dengan konsep ekowisata dan keberlanjutannya, menjadi salah satu contoh nyata dari upaya Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan adanya penghargaan ini, diharapkan Kabupaten Bandung Barat dapat terus meningkatkan kualitas dan keberlanjutan destinasi wisatanya, sekaligus menjadi contoh bagi daerah lain dalam menerapkan tatanan pariwisata yang sehat dan berkelanjutan.

Dusun Bambu dikelola oleh Lawang Angin Sengtuari Resort yang dikenal sebagai area perumahan, Namun berdasarkan peraturan daerah yang ditetapkan Pemerintah Kawasan Bandung Utara (KBU) mengizinkan pendirian bangunan seluas 20% dari luas lahan dan membuat PT Kayu putih mengubah perancangan menjadi objek wisata rekreasi dengan konsep ekowisata atau lahan konservasi. Konsep ekowisata menjadi nilai yang sesuai dengan situasi global karena dianggap ikut mendukung dalam pencegahan pemanasan global.

Keberhasilan Dusun Bambu mendapatkan pengakuan dari pemerintah pusat setelah mendapatkan penghargaan dari Kementerian Pariwisata (Kemenpar) menganugerahkan *Indonesia Sustainable Tourism Award (Ista) 2019* kategori Pelestarian Budaya. Hal ini sesuai dengan konsep pilar yang dimiliki Dusun Bambu tujuh pilar pengembangan, yaitu ekologi, ekonomi, etnologi, etika, estetika, dan hiburan dengan nantinya memberikan nilai edukasi positif bagi para wisatawan yang berkunjung.

Pada tahun 2023 terdapat jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 223.498 yang menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan terhadap destinasi wisata menjadi daya tarik akibat respon yang diciptakan oleh pengalaman ketika berkunjung ke suatu tempat wisata. Indira dan Laksmidewi dalam Fikri *et al* (2020) mengatakan bahwa setiap kepuasan yang dirasakan pengunjung akan meninggalkan kesan positif bagi pengunjung. Pengalaman yang tercipta oleh pengunjung ketika berinteraksi dengan suatu layanan atau produk merupakan kumpulan dari serangkaian pengalaman yang mereka alami sepanjang perjalanan mereka, disebut sebagai *customer experience*.

Menurut Gentile dalam Mustika & Wulandari (2023) *Customer experience* adalah pengalaman yang dialami dari hasil interaksi pelanggan dengan produk atau perusahaan yang menimbulkan reaksi atau respon, pengalaman ini bersifat pribadi dan melibatkan pelanggan pada tingkat yang berbeda seperti rasional, emosional, sensorik, fisik dan spriritual. Dalam industri pariwisata, *customer experience* memainkan peran kunci dalam menentukan kepuasan dan kesetiaan wisatawan, melalui pengalaman ini ketika wisatawan merasa puas atas pencapaian hasil atau kinerja akan mengarah pada niat perilaku atau dikenal sebagai *behaviour intention*. Pengalaman yang dirasakan konsumen dapat diperoleh secara langsung melalui lima pendekatan yaitu *sense, feel, think, act, relate*, (Schmitt dalam Mantala & Firdaus, 2016).

Kepuasan yang dirasakan seseorang ketika berkunjung ke suatu destinasi terjadi karena ada kesan positif, kepuasan konsumen terhadap layanan atau produk akan memberikan potensi untuk merekomendasikan kepada orang lain. Um *et al* dalam Satriawan *et al* (2022) mengatakan bahwa *revisit intention* dianggap menjadi sebab dari rasa kepuasan terhadap keputusan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Artinya, ketika wisatawan merasa puas dengan kunjungan mereka, mereka cenderung untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa depan dan akan mendorong orang lain untuk melakukannya juga. Zeithaml *et al* dalam Mustika & Wulandari, (2023) mengatakan bahwa *Revisit Intention* adalah sebuah perilaku seseorang yang memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang, memberikan *word of mouth* bagus, serta rasa untuk tinggal kembali dalam jangka waktu yang lebih lama. Oleh karena

itu, penting bagi pengelola destinasi wisata untuk memahami dan meningkatkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, sehingga dapat meningkatkan *revisit intention* dan memperkuat *word of mouth* positif bagi destinasi tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut maka *revisit intention* menjadi indikator penting bagi destinasi pariwisata untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali membantu destinasi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Hal tersebut menjadi bukti bahwa wisatawan ketika berkunjung ke suatu tempat dan melakukan perjalanan memang tidak terlepas pengalaman yang didapat, hal ini menciptakan kualitas kepuasan (*experiential quality*). *Revisit intention* dapat diukur dua dimensi untuk mengetahui sejauh mana sikap wisatawan dalam mengatasi dampak dari faktor faktor pada niat untuk berkunjung ulang, terdapat *Intention to Recommend* dan *Intention to Revisit*.

Penghargaan dari Kementerian Pariwisata tidak menghindarkan Dusun Bambu dari sejumlah ulasan negatif yang diberikan oleh wisatawan yang pernah berkunjung. Ulasan-ulasan tersebut mencerminkan berbagai keluhan dan pengalaman kurang memuaskan yang dirasakan oleh beberapa pengunjung. Banyak dari mereka yang menyoroti aspek-aspek tertentu yang dianggap kurang memenuhi harapan. Berikut ini adalah data ulasan negatif yang ditemukan di sebuah situs web seperti Tripadvisor.

TABEL 1
DATA ULASAN NEGATIF DUSUN BAMBU

Nama / Jenis keluhan	Keluhan
Wida L - Karyawan Restoran Purbasari kurang ramah	Tempatnya sangat indah, dan kami tidak bosan meskipun kegiatan terbatas. Saat makan di restoran Purbasari, kami tidak bisa memilih menu karena semuanya dalam paket. Stafnya juga tidak ramah.
Rans – Biaya tambahan tak terduga	Terdapat biaya tambahan yang tidak terduga meskipun ada tulisan " <i>all you can play</i> ." Karyawan seharusnya memberikan informasi lebih jelas mengenai biaya tersebut untuk menghindari kebingungan dan ketidakpuasan pengunjung.
Hari – Tempat wisata yang terlalu crowded	Suasana di tempat ini menyenangkan, namun terlalu ramai untuk bersantai, terutama pada hari libur di mana segala sesuatu harus antri. Mungkin akan lebih nyaman jika berkunjung di luar akhir pekan.
Nilajati K – Pelayanan Kurang Responsif	Kami tinggal satu malam di sana. Tempatnya bagus, tapi sangat ramai. Mereka memberikan voucher naik sampan gratis selama 10 menit, tetapi kami masih harus membayar untuk fasilitas lain. Layanan juga buruk, kami harus meminta sarapan beberapa kali.
Dila – Makanan tidak direkomendasikan	Mencoba restoran Burangrang, lokasi keren tapi makanannya tidak direkomendasikan.
Romario D – Indah Namun Mahal	Biaya masuknya relatif murah, kemudian diarahkan ke parkir. Naik shuttle car atau odong-odong menuju pusat wisata dan berjalan kaki karena tidak jauh. Banyak food court dan restoran Burangrang di atas, Makan di atas pohon dikenakan biaya 100 ribu.

Sumber: Data olahan Penulis (2024)

Beberapa ulasan yang tersebar di internet mengungkapkan bahwa *customer experience* di Dusun Bambu terkadang kurang memuaskan bagi beberapa pengunjung. Keluhan yang diajukan dapat menciptakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Banyak pengunjung merasa bahwa harga yang mereka bayar tidak sebanding dengan kualitas layanan dan fasilitas yang diterima, menimbulkan perasaan bahwa mereka tidak mendapatkan nilai yang sesuai dengan uang yang dikeluarkan. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi Dusun Bambu sepenuhnya belum memuaskan dan perlu ada beberapa area ditingkatkan terutama dari segi harga dan pelayanan.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer experience* di Dusun Bambu, mengingat Dusun Bambu telah mendapatkan predikat baik dan mendapatkan penghargaan dari kementerian pariwisata, namun masih ada beberapa ulasan negatif yang tersebar di internet. Untuk itu penulis tertarik untuk menelaah lebih lanjut melalui penelitian **“Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Revisit Intention* wisatawan di Dusun Bambu”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi fokus peneliti yakni bagaimanakah pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* wisatawan ke Dusun Bambu. Kemudian, pernyataan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana identifikasi dan analisa *customer experience* di Dusun Bambu?
2. Bagaimana identifikasi dan analisa *revisit intention* di Dusun Bambu?
3. Bagaimana pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* wisatawan di Dusun Bambu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Formal

Tujuan formal dari penelitian ini adalah untuk memnuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Operasional

- a. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa *customer experience* wisatawan di Dusun Bambu
- b. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa *revisit intention* wisatawan di Dusun Bambu
- c. Untuk menganalisa pengaruh *customer experience* terhadap *revisit intention* wisatawan di Dusun Bambu

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan dan pemahaman berkaitan dengan bidang perjalanan wisata khususnya mengenai *customer experience* dan *revisit intention*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lainnya untuk mengembangkan kajian penelitian serupa.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi Dusun Bambu dalam mengembangkan dan berinovasi menuju pariwisata yang lebih berkualitas, berdasarkan pengalaman wisatawan selama kunjungan mereka. Selain itu, hasil dari penelitian ini akan digunakan oleh manajemen sebagai pedoman untuk strategi dan rencana aksi guna meningkatkan kualitas keseluruhan pengalaman pelanggan.