

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. *World Tourism Organization (WTO)* memperkirakan bahwa pada tahun 2020 akan terjadi peningkatan sebesar 200% terhadap angka kunjungan wisatawan dunia saat ini. Pariwisata modern saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi dunia sehingga menyebabkan interkoneksi antar bidang, antar bangsa, antar individu yang hidup di dunia ini (Utama, 2014:1).

Menurut *World Travel & Tourism Council*, Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan pariwisata tertinggi nomor sembilan di dunia. Pariwisata adalah salah satu ujung tombak penerimaan devisa bagi Indonesia. Pemerintah melalui program “*Pesona Indonesia*” atau “*Wonderful Indonesia*” berhasil menggaet ribuan wisatawan, baik domestik atau mancanegara, untuk berkunjung di berbagai daerah destinasi wisata di seantero Indonesia. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisata pun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Melalui data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik, peneliti mengidentifikasi bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia meningkat di angka satu juta wisatawan per tahun. Lonjakan kunjungan ini harus dibarengi dengan adanya peningkatan di sisi pengelolaan pariwisata di tiap-tiap daerah destinasi wisata agar kunjungan wisata para wisatawan mancanegara tersebut berkualitas tinggi. Berkualitasnya kunjungan wisata mereka berkorelasi dengan tingginya tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengelolaan destinasi wisata di Indonesia. Tingkat kepuasan tersebut menjadi penting karena hal tersebut akan berimbas pada kunjungan kembali para wisatawan tersebut di Indonesia (Basiya dan Rozak, 2012).

Minat/niat berkunjung kembali disebut dengan *revisit intention*, didefinisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas

datang kembali di suatu tempat destinasi (Baker dan Cromton dalam Chung-Hsien Lin (2012:4). Menurut Mayer dan Schwager dalam Rageh *et al.*, (2013:126), berkaitan dengan hal tersebut, apabila penawaran destinasi tersebut menarik, maka akan mendorong wisatawan untuk datang kembali ke objek wisata tersebut, karena potensi kepariwisataan merupakan satu diantara banyak faktor yang menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata. Jika wisatawan merasakan suatu kepuasan terhadap objek wisata maka mereka akan mengulangi lagi kunjungannya ke tempat objek wisata tersebut (*revisit intention*), dan kemungkinan akan merekomendasikannya kepada orang lain (Hardiansyah dan Yuningsih, 2018).

Perkembangan destinasi wisata yang semakin beragam memberikan banyak alternatif pilihan bagi wisatawan dalam berwisata dan menyebabkan wisatawan cenderung melakukan kunjungan ke berbeda destinasi untuk merasakan pengalaman yang baru (Finardi dan Yuniawati, 2016). Sehingga pengalaman tersebut akan mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali pada waktu tertentu. Menurut Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara (BP3N) Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Esty Reko Astuti mengatakan bahwa, keunggulan pariwisata Indonesia bertumpu pada potensi budaya mendapat porsi paling besar yaitu 60%, potensi alam sebesar 35% dan diikuti dengan potensi buatan manusia (*man made*) sebesar 5%. Potensi budaya yang dikembangkan berupa wisata warisan budaya dan sejarah, wisata belanja, kuliner dan wisata desa atau kota.

Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki keragaman daya tarik wisatanya masing-masing. Salah satunya provinsi Sumatera Selatan yang memiliki banyak objek wisata yang layak untuk dijadikan daerah tujuan wisata (DTW). Terdapat 958 Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) tersebar di 17 kabupaten/kota yang ada di Sumatera Selatan dan berjumlah 65 destinasi di Ibukota Provinsi Sumatera Selatan yaitu Kota Palembang. (Sumber dari paparan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi

Sumatera Selatan tahun 2017). Hal ini dapat menambah banyak pilihan destinasi yang dapat dikunjungi ketika berwisata ke Sumatera Selatan khususnya ke Kota Palembang.

Tabel 1.1

Daftar Destinasi Prioritas di Kota Palembang

No.	Destinasi	Jenis Wisata
1.	Jembatan Ampera	Wisata Sejarah
2.	Benteng Kuto Besak	Wisata Sejarah
3.	Museum Sultan Mahmud Badaruddin II	Wisata Sejarah
4.	Monumen Perjuangan Rakyat (Monpera)	Wisata Sejarah
5.	Kampung Kapitan	Wisata Sejarah dan Budaya
6.	Kampung Arab Al-Munawar	Wisata Religi
7.	Pulau Kemaro	Wisata Sejarah dan Religi
8.	Kawah Tekurep	Wisata Religi
9.	Sentra Kain Tuan Kentang	Wisata Belanja
10.	Rumah Limas Aziz	Wisata Budaya
11.	Al-Quran Al-Akbar	Wisata Religi
12.	Museum Balaputra Dewa	Wisata Sejarah
13.	Taman Wisata Kerajaan Sriwijaya	Wisata Sejarah

(Sumber: www.palembang-tourism.com, Data Dioleh oleh Peneliti Tahun 2019)

Destinasi prioritas tersebut dipilih untuk menyukseskan perhelatan ASIAN GAMES yang digelar pada tahun 2018. Guna menambah jumlah kunjungan wisata yang datang ke Palembang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Palembang, mengenai jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Palembang tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 1.2

Kunjungan Wisatawan ke Kota Palembang
Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Kunjungan		Jumlah (orang)
	Nusantara	Mancanegara	
2014	1.819.346	8.861	1.828.207
2015	1.724.275	8.028	1.732.303
2016	1.899.887	9.261	1.909.148
2017	2.001.576	9.850	2.011.417
2018	2.110.998	12.149	2.123.147

(Sumber: Data Olahan Dinas Pariwisata Kota Palembang Tahun 2019)

Palembang berdiri sejak 16 Juni 683 atau sekitar 1.336 tahun lalu berdasarkan temuan Prasasti Kedukan Bukit yang ditemukan di Bukit Siguntang. Tak hanya keturunan asli Palembang yang berdomisili di kota ini, namun juga terdapat berbagai etnis dan budaya yang ada di masyarakatnya. Terdapat etnis Arab, India, Tiong Hoa dan Melayu. Setiap etnis tersebut memiliki komunitasnya masing-masing, baik itu berupa tempat tinggal, organisasi maupun hanya sekadar perkumpulan. Tempat tinggal atau pemukiman yang ada di suatu masyarakat etnis tertentu, sebagian besarnya adalah masyarakat dari etnis tersebut. Misalnya sekumpulan masyarakat yang berasal dari Arab, bermukim di suatu tempat besar, dinamakan kampung Arab. Mayoritas pemukiman Arab terletak di sepanjang Sungai Musi, baik di bagian Ilir maupun bagian Ulu (Dinas Pariwisata Kota Palembang, 2018).

Salah satu kampung Arab yang menjadi daerah tujuan wisata yaitu Kampung Arab Al-Munawar yang terletak di 13 Ulu, Seberang Ulu II Palembang. Tempo.Co (2017) mengungkapkan bahwa objek wisata ini diresmikan oleh Gubernur Sumatera Selatan sebagai kampung wisata religi pada 11 Februari 2017. Sejak ditetapkan sebagai objek wisata religi, jumlah kunjungan wisata ke Kampung Arab Al-Munawar mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, seperti sebagaimana data berikut ini:

Tabel 1.3
Kunjungan Wisatawan di Kampung Arab Al-Munawar
Tahun 2014-2018

Objek Wisata	Jumlah Wisatawan				
	2014	2015	2016	2017	2018
Kampung Arab Al-Munawar	4.535	8.565	11.278	25.245	32.700

(Sumber: Buku Kunjungan Objek Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Tahun 2019)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan yang cukup signifikan mengenai kunjungan wisatawan di Kampung Arab Al-Munawar. Adanya peningkatan kunjungan dan aktivitas pariwisata yang

berlangsung di dalam objek wisata, secara tidak langsung telah terpengaruh oleh nilai pengalaman yang sudah dilakukan wisatawan. Pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan baik yang langsung maupun tidak langsung melalui pelayanan, pengelolaan, fasilitas-fasilitas, dan bagaimana seorang wisatawan berinteraksi dengan pengelola dan dengan wisatawan lainnya Yuniawati dan Finardi (2016:3). Melalui pengalaman yang dirasakan wisatawan diharapkan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali. Peneliti pernah melakukan percakapan dengan beberapa wisatawan yang berkunjung ke Kampung Arab Al-Munawar. Wisatawan yang diajak bicara tersebut ada yang baru pertama kali berkunjung dan ada yang sudah berkunjung lebih dari satu kali. Wisatawan yang melakukan kunjungan ulang mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika berkunjung ke Kampung Arab Al-Munawar.

Menarik minat calon wisatawan untuk mengunjungi destinasinya kembali merupakan tujuan setiap pengelola destinasi wisata. Pengelola harus mencanangkan strategi sebagai upaya dalam proses penciptaan *revisit intention*, dimana dalam proses tersebut terdapat tahapan yang harus di tempuh pengelola maupun konsumennya sendiri. Secara umum, *customer experience* merupakan salah satu strategi yang diciptakan pada saat *moment of truth*, yaitu ketika proses pembelian dilakukan oleh konsumen yang dapat berdampak jangka panjang terhadap keputusan berkunjung selanjutnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuniawati dan Finardi (2016) menyatakan apabila wisatawan merasakan suatu kepuasan terhadap objek wisata maka mereka akan mengulangi lagi kunjungannya ke tempat objek wisata tersebut (*revisit intention*), dan kemudian akan merekomendasikannya kepada yang lain. *Customer experience* merupakan pengalaman yang di dapatkan oleh konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung mengenai proses pelayanan, pengelolaan, fasilitas-fasilitas, dan bagaimana cara seorang konsumen berinteraksi dengan pengelola dan dengan konsumen lainnya. Hal ini dalam gilirannya akan membentuk kognitif, emosional, dan respon perilaku konsumen, juga akan

meninggalkan pengalaman pada ingatan konsumen. Kepuasan tersebut didapat berdasarkan pengalaman pertama pada saat wisatawan mengunjungi destinasi wisata.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti ingin mengetahui serta memahami fenomena dan literatur mengenai pengaruh nilai pengalaman terhadap minat berkunjung kembali wisatawan sehingga nantinya dapat memberi masukan kepada pengelola kampung wisata maupun pemerintah daerah. Maka dari itu judul penelitian yang diangkat adalah “**Pengaruh Nilai Pengalaman Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan ke Destinasi Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Kota Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah nilai pengalaman berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Palembang?
2. Nilai pengalaman manakah yang berpengaruh dominan dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh nilai pengalaman terhadap minat berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Kota Palembang.
2. Menganalisis nilai pengalaman yang berpengaruh paling signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Destinasi Wisata Religi Kampung Arab Al-Munawar Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Manfaat teoretis hasil penelitian ini memberikan pemahaman ilmiah tentang konsep dan teoretis dalam minat kunjungan kembali wisata religi, termasuk adanya nilai pengalaman wisatawan selama mengunjungi Kampung Arab Al-Munawar Kota Palembang. Manfaat dari penelitian ini dapat menjadi sebuah literatur sebagai penambah edukasi dan nilai-nilai religi pada masyarakat mengenai kehidupan sosial yang ada di Kampung Arab Al-Munawar.

2. Manfaat Praktis

Manfaat penelitian secara praktis hasil penelitian ini dimaksud dapat digunakan sebagai berikut:

- a. Bagi peneliti lainnya yang berminat untuk meneliti permasalahan dalam nilai pengalaman dan minat berkunjung kembali wisatawan ke destinasi wisata religi tidak hanya di Kampung Arab Al-Munawar saja tetapi destinasi lain di Indonesia.
- b. Bagi pengelola Kampung Arab Al-Munawar, sebagai pendokumentasian dan pendukung dalam memperkenalkan destinasi wisatanya, serta untuk didapatkannya pengakuan publik yang lebih baik dan lebih kuat.
- c. Bagi pendidikan, sebagai salah satu pengembangan materi pembelajaran pariwisata untuk melestarikan, mengembangkan dan menyebarkan kearifan lokal di tengah kemajuan pengetahuan dan informasi yang sangat pesat, selain itu juga menjadi media pembelajaran Agama Islam.
- d. Bagi masyarakat di daerah Palembang, menjadi tempat wisata budaya dan religi dalam rangka penanaman nilai-nilai budaya dan keagamaan melalui kunjungan ke Kampung Arab Al-

Munawar.

- e. Bagi Pemerintah Kota Palembang, sebagai bahan dokumentasi keberadaannya suatu kampung wisata etnik di Kampung Arab Al-Munawar Kota Palembang sebagai aset budaya lokal yang memiliki nilai-nilai luhur sebagai wujud kearifan lokal.