

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Dikaca dunia, layanan wisata sangat berkembang pesat, saat ini pariwisata telah menjadi industri independent besar yang dapat menyatukan ekonomi masing-masing negara bagian dan ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan rekreasi penduduk serta menyediakan sejumlah besar pekerjaan (Shubtsova et al., 2020) . Pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar ekonomi dunia. Negara yang memiliki potensi dalam pariwisata salah satunya ialah Indonesia. Dengan sumber alam yang melimpah serta keanekaragaman budaya, pariwisatanya mampu membawa nama Indonesia ke tingkat Internasional. Terbukti dari jumlah destinasi yang telah ditetapkan pemerintah dalam Kawasan Strategi Pariwisata Nasional pada Tahun 2010-2015 terdapat 88 area yang tersebar diseluruh kepulauan Indonesia (Destiningsih et al., 2020) Salah satunya ialah daerah Borobudur dan sekitarnya.

Pada awal tahun 2020, dunia digemparkan dengan adanya wabah COVID-19. Dampak dari virus ini sangat dirasakan dalam segala bidang termasuk pariwisata (Wut et al., 2021). Krisis pariwisata karena COVID-19 memiliki perbedaan tersendiri berupa jangkauan yang global serta mengakibatkan keruntuhan ekonomi yang dramatis (Audrezet et al., 2020) . Pandemic yang dialami dunia berpotensi menyebabkan modifikasi mendasar diberbagai banyak segmen pariwisata. Hal ini juga terjadi pada

daerah pariwisata Indonesia. Penurunan jumlah turis lokal maupun mancanegara menjadi sebuah ancaman yang sangat membahayakan untuk perkembangan pariwisata Indonesia. Pada bulan September 2020, WTFC mengadakan konferensi dunia tentang kerjasama pengembangan Pariwisata bertema “ *Rebuilding World Tourism for Prosperity*” yang berisikan tentang laporan pemulihan dan pengembangan pariwisata dunia ditengah wabah COVID-19. Dimana isi dari laporan tersebut antara lain tiga tindakan yaitu pertama berfokus pada tindakan yang diamati pada tingkat nasional, yang kedua ditingkat kota, dan yang terakhir ditingkat entitas di industri pariwisata (tempat wisata, hotel, maupun maskapai penerbangan).

Pengalaman berwisata mengacu kepada konsep konstruktifis tentang realitas wisata dimana individu sepenuhnya terlibat dalam pengalaman yang dialami selama perjalanan mereka (Khazami & Lakner, 2021). Hasil dari proses perjalanan bewisata akan memiliki kesan dan cerita masing-masing. Pengalaman wisatawan dapat dilihat dari global seperti proses perjalanan maupun kunjungan atau selektif seperti praktek, produk serta layanan yang didapatkan ketika berwisata. Proses pengenalan tempat wisata melalui konsep pengalaman wisata akhir-akhir ini menarik untuk diteliti. Terpusat pada sistem pengelolaan yang baik sebuah tempat wisata diharapkan memberikan dampak pengalaman berkualitas bagi wisatawannya sendiri.

Keberagaman dan keunikan lokal dapat menjadi sumber dalam menciptakan pengalaman yang menarik bagi konsumen. *social environment* wisatawan lokal menjadi tolak ukur dalam pemilihan destinasi untuk berlibur sebagian masyarakat di Indonesia. Kearifan lokal sendiri menciptakan identitas kompetitif untuk dirinya dan

dapat menyiratkan keunikan yang menambah nilai bagi pengunjungnya (Tussyadiah, 2014).

Proses yang terjadi dari pengenalan tempat wisata lokal yang menghasilkan kesan tersendiri bagi pengunjungnya. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi variabel pertama yaitu *experiential consumption* bagi para wisatawan lokal yang datang ke Balkondes Tuksongo. Kedua, menguji variabel lanjutan yaitu *social environment* dan *involvement in the experience* dalam mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali tempat wisata Balkondes Tuksongo. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran khusus mengenai pertumbuhan dan perkembangan wisata lokal sebelum dan sesudah pandemic serta mengidentifikasi bagaimana dan seberapa besarnya *experiential consumption*, *social environment* serta *involvement in the experience* dapat mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali destinasi wisata lokal dengan kesadaran perubahan pola kehidupan setelah adanya COVID-19.

## **I.2. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk mengangkat konsep penelitian dari dari penelitian sebelumnya (Khazami & Lakner, 2021) telah dijelaskan bahwa *experiential consumption* dapat mempengaruhi niat perilaku untuk kembali (Quynh et al., 2021). Dengan demikian, setiap tempat wisata lokal harus mampu membuat strategi dalam *social environment* serta menciptakan perasaan *involvement in the experience* pengunjung yang berwisata agar menghasilkan kesan yang unik dan menarik. Selain itu, penyesuaian terhadap kondisi baru setelah masa

pandemic juga menjadi pertimbangan penting dalam pembentukan niat kembali (Han et al., 2020). Sehingga pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *experiential consumption* secara positif mempengaruhi *involvement in the experience*?
2. Apakah *social environment* secara positif mempengaruhi *involvement in the experience*?
3. Apakah *involvement in the experience* secara positif mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali setelah new normal?
4. Apakah *experiential consumption* berpengaruh positif terhadap niat mengunjungi kembali setelah new normal?
5. Apakah *social environment* secara positif mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali setelah new normal?
6. Apakah *involvement in the experience* memediasi hubungan antara *experiential consumption* dan niat untuk mengunjungi kembali setelah new normal?
7. Apakah *involvement in the experience* memediasi hubungan antara *social environment* dan niat untuk mengunjungi kembali setelah new normal?

### **I.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pembahasan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil penelitian mengenai :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *experiential consumption* terhadap *involvement in the experience*.

2. Menguji dan menganalisis pengaruh *social environment* terhadap *involvement in the experience*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *experiential consumption* terhadap niat untuk mengunjungi kembali setelah *new normal*.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *social environment* terhadap niat untuk mengunjungi kembali setelah *new normal*.
5. Menguji dan menganalisis *involvement in the experience* sebagai variabel permediasi antara *experiential consumption* dan *social environment* ke niat untuk mengunjungi kembali setelah *new normal*.

#### **I.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa teoritis maupun praktis yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis; Hasil dari penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya pada ilmu manajemen pemasaran. Sehingga penelitian ini diharapkan nantinya dapat menambah wawasan serta memperkuat teori yang berlandaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali tempat wisata di Balkondes Teksonggo. Penulis juga mengharapkan dapat menghasilkan tulisan yang dapat dijadikan acuan serta pembanding bagi penelitian selanjutnya dalam mengeksplorasi faktor-faktor lain yang melibatkan pembahasan mengenai *experiential consumption*, *social*

*environment, Involvement in the experience* serta niat untuk mengunjungi kembali.

- b. Manfaat Praktis; Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manajerial berupa informasi kepada pengelola wisata Balkondes Tuksongo terkait meningkatkan niat untuk mengunjungi kembali bagi para wisatawan serta faktor-faktor lainnya yang mempengaruhinya. Penulis juga mengharapkan bahwa penelitian ini dapat dijadikan dasar penentuan kebijakan dan perencanaan yang bersifat strategis serta tepat untuk pengelola wisata Balkondes Tuksongo untuk memajukan tempat wisatanya.

