

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berwisata merupakan salah satu kebutuhan atau tujuan yang penting bagi beberapa individu, menurut Anden (2021), pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala yang dibuat oleh alam atau manusia. Dalam beberapa tahun terakhir sektor pariwisata mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, sejalan dengan pertumbuhan tersebut destinasi wisata buatan telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan sektor pariwisata. Berkunjung ketempat wisata merupakan hal yang efektif untuk menyegarkan pikiran. Selain untuk *refreshing* dan mengurangi stress, berkunjung ke tempat wisata juga bisa menjadi waktu untuk berkumpul dengan keluarga. Selain itu, berwisata juga dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Taman hiburan merupakan sebuah tempat atau sarana rekreasi yang memiliki ide dasar khusus yang mencirikan atau memiliki karakteristik yang berbeda dari seluruh tempat rekreasi tersebut. Karakteristik untuk setiap taman tematik tidaklah sama dengan taman tematik lainnya, karakteristik taman disesuaikan dengan tema taman yang digunakan. Sehingga Taman Hiburan Tematik (*themepark*) merupakan sebuah taman rekreasi yang memiliki karakteristik khusus untuk dapat mencirikan tempat tersebut dengan tema yang diusung dan dijadikan sebuah konsep pada taman hiburan tersebut.

Statistik dari *Global attraction attendance* report pada tahun 2014, menyebutkan bahwa terdapat peningkatan pengunjung tahunan sebesar 4,1% dari Taman Hiburan Tematik (Theme Park) di dunia. Statistik jumlah pengunjung dapat menampilkan tingginya antusiasme masyarakat untuk pergi menikmati wahana Taman Hiburan Tematik. *Global attraction attendance report* memperkirakan dalam laporan tahun 2020, tahun 2021 adalah tahun kebangkitan bagi banyak negara di dunia. Namun operator atraksi yang cerdas harus memikirkan cara terbaik untuk melayani basis konsumen baru yang lebih canggih yang muncul dari pandemi di tengah peraturan pemerintah yang terus berubah dan pembatasan kapasitas, yang pada akhirnya menghasilkan inovasi dalam layanan tamu dan mempercepat adopsi

secara luas pelayanan berbasis aplikasi baru. Pada tahun 2022, operator menjadi sangat fokus dalam meningkatkan pengalaman tamu, menyadari bahwa mereka mampu mencapai atau melampaui pendapatan sebelum pandemi bahkan dengan tingkat kehadiran yang berkurang, dan menyadari bahwa dalam lanskap hiburan yang semakin kompetitif, pengalaman tamu yang berkualitas tinggi dan berkesan akan mendorong permintaan di masa depan.

Dalam pertumbuhan sektor pariwisata, penting untuk memahami faktor faktor yang mempengaruhi kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan motivasi untuk berwisata. Salah satunya yaitu faktor psikologis, Dalam berwisata seseorang memiliki pola perjalanan wisata yang berbeda-beda, dengan adanya perbedaan dari pola tersebut menimbulkan adanya perjalanan manusia pada loyalitas perjalanan wisatawan untuk mempertahankan hidupnya dan adanya perkembangan loyalitas tersebut sangat berpengaruh pada aspek kebutuhan hidup manusia, dan motivasi untuk melakukan perkembangan hidup menjadi proses melepaskan diri dari rasa kejenuhan. Maka dari itu, munculah motivasi diri untuk melakukan perjalanan lalu perkembangan tersebut akan berkembang menjadi kesenangan dan pengembangan diri. Sehingga dapat dilihat motivasi untuk melakukan perjalanan wisata tersebut akan berubah dan menjadi suatu perkembangan teori atas pengertian motivasi wisata.

Provinsi DKI Jakarta, khususnya Jakarta Utara menjadi salah satu daerah yang menawarkan berbagai destinasi wisata dan taman hiburan, kondisi geografis Kota Jakarta Utara yang strategis dan juga sangat mendukung dapat memberikan kontribusi pada perkembangan pariwisata di Indonesia. Provinsi DKI Jakarta memiliki berbagai macam sarana taman hiburan salah satunya adalah Taman Impian Jaya Ancol yang meliputi kawasan pariwisata (rekreasi dan *resort*) dan kawasan penunjang (hiburan, konvensi dan belanja), dengan luas kawasan pariwisata mencapai 552 hektar. Objek wisata di Ancol meliputi: pantai dan taman, Dunia Fantasi, Atlantis Water Adventures, Ocean Dream Samudra, Sea World, dll. Disamping itu, upaya pengembangan dan pemasaran pariwisata di Taman Impian Jaya Ancol memiliki keunggulan kompetitif.

Taman hiburan Dunia Fantasi Ancol merupakan salah satu *theme park* tertua dan salah satu taman hiburan *outdoor* terbesar di Indonesia. Dunia Fantasi merupakan salah satu bagian dari taman hiburan yang dikelola oleh Taman Impian Jaya Ancol. Sejak diresmikan pada tahun 1985, Dunia Fantasi menjadi wisata buatan yang berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor pariwisata dengan menyuguhkan berbagai fasilitas dan wahana permainan terbesar di Indonesia yang dikelola salah satu Entitas Anak Perseroan, yakni TIJA. Dunia Fantasi masih menjadi daya tarik wisata buatan yang sering dikunjungi pengunjung jika dibandingkan dengan taman hiburan wisata buatan yang menyediakan wahana permainan yang berteknologi tinggi lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel jumlah pengunjung Dufan. Berikut Tabel jumlah pengunjung Dunia Fantasi per tahun.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Dunia Fantasi Ancol

Tahun	Jumlah Pengunjung
2018	2.247.282
2019	2.487.371
2020	685.837
2021	600.643
2022	1.938.217
2023	2.238.160

Sumber: Laporan Tahunan PJAA 2023

Berdasarkan **Tabel 1.1** jumlah kunjungan Dunia Fantasi lima tahun terakhir, jika dilihat dari tabel tersebut terjadi penurunan jumlah pengunjung pada tahun 2020 hingga tahun 2021. Penurunan jumlah pengunjung yang terjadi pada tahun 2020 disebabkan oleh pandemi *Covid-19* yang mengharuskan untuk membatasi aktivitas yang menimbulkan keramaian sehingga terjadi kontak fisik, termasuk kegiatan pariwisata. Setelah memasuki era new normal yang berlangsung sejak pertengahan tahun 2020 dan memperbolehkan masyarakat untuk melakukan aktivitas di luar ruangan dan melakukan kegiatan pariwisata, jumlah pengunjung Dunia Fantasi mampu meningkat jumlah pengunjung pada tahun 2022 yang tercapai kurang lebih dua juta pengunjung hal ini didasari oleh adanya faktor

pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke taman hiburan Dunia Fantasi Ancol. Dengan memahami dan memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai motivasi wisatawan pihak pengelola Dunia Fantasi Ancol dapat mengembangkan strategi yang sesuai untuk meningkatkan jumlah kunjungan Dunia Fantasi Ancol. Hierarki kebutuhan Maslow adalah teori psikolog yang diperkenalkan di *psychological review* pada tahun 1943, ia beranggapan bahwa kebutuhan-kebutuhan di tingkat yang lebih rendah harus terpenuhi atau paling tidak cukup untuk terpenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan-kebutuhan di tingkat yang lebih tinggi menjadi hak yang memotivasi.

Menurut literatur menunjukkan bahwa di era ekonomi pengalaman wisatawan cenderung secara aktif mencari pengalaman baru untuk dipelajari dan berpartisipasi di tempat wisata. Terlebih lagi pariwisata kreatif telah menjadi bidang yang menjanjikan dan pasar pariwisata yang semakin populer. Pengembangan pariwisata kreatif mendukung perekonomian destinasi, berdampak positif pada daya tarik destinasi, dan berkontribusi terhadap pengalaman destinasi wisatawan. Oleh karena itu, banyak daerah yang fokus mengembangkan atraksi kreatif di destinasinya untuk memenuhi persaingan yang ketat karena banyak destinasi yang memiliki daya tarik yang sama. Dalam lingkungan yang kompetitif dan menantang ini, penting bagi tempat wisata untuk mengembangkan loyalitas wisatawan untuk memastikan kesuksesan yang berkelanjutan.

Di Dunia Fantasi yang menyediakan wahana permainan *outdoor* dan *indoor* penting untuk mengutamakan pelayanan yang baik serta menjaga keramahan oleh perlakuan staff Dunia Fantasi dan fasilitas yang disediakan oleh Dunia Fantasi juga harus memadai. Berdasarkan hasil ulasan *google review* pada tahun 2022, di Dunia Fantasi masih terdapat staff yang memberikan pelayanan kurang maksimal sehingga membuat kualitas pengalaman wisata menjadi kurang baik. Oleh karena itu, wisatawan tidak mendapatkan pengalaman yang bernilai sehingga mengurangi tingkat kepuasan wisatawan, di Dunia Fantasi juga masih terdapat kerusakan fasilitas wahana permainan *outdoor dan indoor* dengan adanya kerusakan fasilitas yang disediakan, akan mengurangi tingkat kualitas pengalaman dan kepuasan wisatawan, sehingga wisatawan yang tidak merasa puas dengan

pengalamannya dapat menurunkan tingkat loyalitas wisatawan (Hyun, 2018). Untuk itu penting adanya menentukan pengaruh kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan motivasi terhadap loyalitas wisatawan dalam sektor pariwisata kreatif sehingga pelayanan yang diberikan oleh staff Dunia Fantasi dan fasilitas yang disediakan oleh Dunia Fantasi dapat terpenuhi dan sesuai harapan wisatawan. Literatur pariwisata dan rekreasi telah mengidentifikasi beberapa faktor yang menentukan loyalitas wisatawan terhadap suatu objek wisata, termasuk kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan, dan motivasi wisatawan, Meskipun motivasi wisatawan dianggap penting dalam menarik wisatawan untuk melakukan aktivitas, literatur menunjukkan bahwa motivasi wisatawan memediasi hubungan sebab akibat antara loyalitas wisatawan dan peran penentunya hanya dibahas secara konseptual atau tidak dibahas secara luas (Han & Hyun, 2018; White & Muldoon, 2015).

Seperti kebanyakan sub sektor pariwisata, sektor pariwisata kreatif juga mengalami perubahan permintaan dari pelanggan. kebutuhan pelanggan yang selalu berubah. Oleh karena itu, untuk memperkuat loyalitas wisatawan, penting untuk menjaga aktivitas atraksi tetap segar, menarik, hemat biaya, serta sangat penting untuk memperhatikan nilai yang dirasakan dan kepuasan wisatawan bagi kelangsungan dan kesuksesan bisnis perusahaan tersebut. Meskipun banyak penelitian yang mengevaluasi konsep loyalitas sebagai bagian dari kesuksesan bisnis, namun penelitian mengenai sektor pariwisata kreatif masih kurang. Atraksi wisata kreatif adalah atraksi dimana wisatawan berpartisipasi dalam atraksi mengunjungi taman hiburan. Atraksi kreatif memberikan wisatawan kesempatan tidak hanya untuk menikmati atau mempelajari sesuatu yang baru, namun juga berpartisipasi dalam atraksi tersebut. Pendekatan ini mirip dengan konsep “*co-creation*” (Richards, 2011), yang mengarah pada peningkatan loyalitas wisatawan terhadap atraksi kreatif, namun lebih canggih dan menarik. Selain itu, masih sedikit penelitian mengenai motivasi wisatawan dalam wisata kreatif dan fungsinya dalam menumbuhkan loyalitas wisatawan. Lebih sedikit lagi, diberikan pada penjelasan konseptual dan hubungan logis antara loyalitas wisatawan dan motivasi wisatawan. Kesenjangan penelitian yang teridentifikasi mendorong penelitian ini untuk

menyelidiki secara luas dan lengkap terkait loyalitas wisatawan, termasuk mediasi motivasi wisatawan, menuju daya tarik taman hiburan di Dunia Fantasi.

Melihat fenomena tersebut penulis merasa tertarik untuk menjadikan topik tersebut sebagai pembahasan dalam penelitian ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pengalaman, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Motivasi Wisatawan Di Dunia Fantasi”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan motivasi terhadap loyalitas wisatawan di Dunia Fantasi?
2. Bagaimana peran motivasi wisatawan sebagai efek mediasi terhadap loyalitas wisatawan di Dunia Fantasi?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan motivasi terhadap loyalitas wisatawan di Dunia Fantasi.
2. Menilai peran variabel mediasi motivasi sebagai efek mediasi terhadap loyalitas wisatawan di Dunia Fantasi.

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis maupun teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat secara praktisi
 - a. Bagi peneliti
Penelitian ini bermanfaat untuk melengkapi penelitian-penelitian lainnya yang berkaitan dengan kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan dan motivasi terhadap loyalitas wisatawan dan diharapkan pengembangan wawasan ilmu kepariwisataan yang telah diperoleh.
 - b. Manfaat pengelola dan instansi terkait
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak pengelola maupun instansi terkait dan dapat menjadi acuan dalam melakukan pengembangan kawasan wisata.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi ilmu pariwisata dan menjadi acuan bagi para peneliti di masa yang akan datang khususnya mengenai kualitas pengalaman, nilai yang dirasakan, kepuasan wisatawan, motivasi terhadap pengembangan loyalitas wisatawan yang berkunjung serta membantu dalam kemajuan pariwisata Indonesia.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai skripsi mahasiswa manajemen resort dan leisure dengan menginduk kepada pedoman penulisan karya ilmiah yang diterbitkan oleh universitas pendidikan indonesia. Berikut sistematika penulisan yang digunakan:

1. **BAB I. Pendahuluan**

Pada BAB I berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat praktisi dan teoritis penelitian.

2. **BAB II. Kajian Pustaka**

Pada BAB II berisi mengenai teori-teori menurut para ahli yang akan mendukung penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

3. **BAB III. Metode Penelitian**

Pada BAB III berisi mengenai penjabaran metode penelitian yang digunakan dan penjelasan lokasi, desain penelitian, populasi, sampel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

4. **BAB IV. Hasil dan Pembahasan**

Pada BAB IV berisi mengenai penjelasan hasil penelitian dan pembahasan hipotesis yang didukung oleh penelitian sebelumnya dan hasil penelitian.

5. **BAB V. Kesimpulan, Implikasi, Rekomendasi dan Keterbatasan Penelitian**

Pada BAB V berisi mengenai hasil dari pembahasan dan direkomendasi oleh penulis.

6. **Daftar pustaka**

7. **Lampiran-lampiran.**