

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Wisata budaya merupakan salah satu jenis kegiatan pariwisata yang menggunakan kebudayaan sebagai objeknya. Pariwisata jenis ini dibedakan dari minat-minat khusus lain, seperti wisata alam, wisata sejarah dan wisata petualangan. Kemerarikan dari sebuah wisata budaya terletak pada pola hidup, nilai-nilai kepercayaan, dan keyakinan yang dipegang teguh adat istiadat, ataupun para wisatawan yang membutuhkan pengalaman budaya lain yang belum pernah dijumpai. Menurut UNWTO pengembangan pariwisata budaya dan kemitraan pariwisata & budaya dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan sosio-ekonomi dan pemberdayaan masyarakat lokal. Minat yang meningkat dalam pariwisata budaya dimanfaatkan dalam beberapa kegiatan UNWTO baru-baru ini. Menurut sejumlah penelitian, di masa depan, objek wisata kebudayaan semakin diminati para wisatawan mancanegara. Menurut penelitian Citra Pariwisata Indonesia (2003) misalnya, yang menyebutkan bahwa budaya merupakan elemen pariwisata yang paling menarik minat wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia.

Salah satu penyebab semakin diminatinya wisata budaya adalah adanya kerinduan terhadap nilai-nilai budaya yang masih kental seperti nilai agama, seni, bahasa, dan pola hidup yang berbeda dengan kehidupan wisatawan yang modern. Kota yang mengalami modernisasi menyebabkan terjadinya keinginan wisatawan untuk kembali mencari nilai-nilai kebudayaan dan kearifan lokal, sehingga diprediksi bahwa era ekonomi kreatif berbasis budaya akan mendominasi masa depan.

Menurut Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara (Kemenpar), Esthy Reko Astuti menyatakan bahwa keunggulan pariwisata Indonesia bertumpu pada potensi budaya mendapat porsi yang paling besar yaitu 60%, potensi alam sebesar 35% dan diikuti dengan potensi wisata buatan manusia yang mendapat porsi sebesar 5%. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya yang banyak dan berpotensi untuk di kembangkan yaitu provinsi Banten. Berikut jumlah daya tarik wisata provinsi Banten yang dapat dilihat dari tabel 1.1

TABEL 1.1

<b>JUMLAH DAYA TARIK WISATA PROVINSI BANTEN</b>	
<b>DAYA TARIK WISATA</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>Daya Tarik Wisata Alam</b>	344
<b>Daya Tarik Wisata Sejarah Dan Budaya</b>	591
<b>Daya Tarik Wisata Minat Khusus/Buatan</b>	231
<b>TOTAL</b>	<b>1.166</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Banten 2018

Dapat dilihat dari tabel 1.1 jumlah daya tarik wisata yang dimiliki oleh provinsi Banten dengan jumlah terbanyak yaitu jenis daya tarik wisata sejarah dan budaya dengan jumlah 591 daya tarik, ini membuktikan bahwa potensi daya tarik wisata sejarah dan budaya di provinsi Banten sangat besar dan berpotensi untuk lebih di kembangkan. Daya tarik wisata budaya sangat diminati oleh wisatawan nusantara karena sebagian besar wisatawan mencari suatu daya tarik wisata yang baru dan tidak ada di daerahnya seperti tradisi, kesenian, upacara-upacara adat dan kearifan lokal masyarakat yang tentunya berbeda-beda dari budaya satu dan yang lainnya.

Pengembangan pariwisata budaya harus sesuai dengan konsep keberlanjutan karena menekankan kepada aspek kualitas pengalaman yang didapatkan wisatawan, kualitas sumber daya yang dapat dipasarkan dan kualitas kehidupan masyarakat sekitar yang mempunyai sumber daya, inilah yang menjadikan suatu aspek pengalaman sangat penting bagi pariwisata budaya.

Wisata budaya merupakan suatu kegiatan wisata yang menampilkan daya tarik berupa keunikan dan keunggulan dari sistem sosial maupun kebudayaannya, sehingga diharapkan wisatawan mendapatkan *experience* dari hal tersebut. Pengalaman yang berkesan dan tak terlupakan menjadi salahsatu nilai yang diciptakan pariwisata budaya untuk mendapatkan keunggulan dari destinasi lainnya. Oleh karena itu perlu adanya upaya pengembangan dalam hal *experience* dalam pariwisata budaya seperti halnya wisata budaya di provinsi Banten yaitu Desa Adat Baduy, Baduy menjadi tujuan utama wisatawan dan menjadi

*market leader* di antara obyek wisata lain, ini dibuktikan dengan terpilihnya Baduy sebagai destinasi unggulan provinsi Banten.

Suku Baduy merupakan suku asli Sunda Banten yang masih menjaga tradisi anti modernisasi, baik cara berpakaian maupun pola hidup lainnya. Desa Adat Baduy berada di sekitar aliran sungai Ciujung dan Cikaneke di Pegunungan Keundeng atau sekitar 172 km sebelah barat ibukota Jakarta dan 65 km sebelah selatan ibu kota Serang. Dengan total penduduk 5000-8000 orang, suku Baduy ini masih memegang teguh adat istiadat dan aturan dari nenek moyang. Secara penampilan suku Baduy Dalam memakai baju dan ikat kepala serba putih. Sedangkan suku Baduy Luar memakai pakaian hitam dan ikat kepala berwarna biru. Secara budaya, suku Baduy Dalam lebih teguh memegang adat istiadat suku mereka, sedangkan suku Baduy Luar sudah mulai terpengaruh dengan budaya dari luar. Persamaan dari keduanya, mereka pantang untuk menggunakan alas kaki, teknologi modern dan transportasi modern. Mereka hidup sederhana dan menyatu dengan alam. Budaya yang ditawarkan oleh suku Baduy menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi desa ini.

Sebagai salah satu destinasi unggulan provinsi Banten Desa Adat Baduy merupakan kawasan tujuan wisata yang diminati oleh wisatawan, menurut Bapak Sarpin, Kasi Pemerintahan Desa Adat Baduy wisatawan yang berkunjung ke Desa Adat Baduy lebih di dominasi oleh jenis wisatawan umum, walaupun masih tetap ada beberapa wisatawan study tour setiap tahunnya. Berikut data mengenai jumlah wisatawan nusantara yang mengunjungi Desa Adat Baduy dapat dilihat pada Tabel 1.3

**TABEL 1.2**  
**DATA PENGUNJUNG WISATAWAN NUSANTARA KE DESA**  
**ADAT BADUY 2013 - 2017**

Tahun	Wisnus
<b>2013</b>	2.616
<b>2014</b>	6.460
<b>2015</b>	3.181
<b>2016</b>	8.891
<b>2017</b>	11.500

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak 2018

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan yang mengunjungi Desa Adat Baduy relatif fluktuatif dan tidak stabil. Adapun penurunan jumlah wisatawan terjadi pada tahun 2015 menjadi sebesar 3.181 yang sebelumnya berjumlah 6.460 angka ini merupakan penurunan jumlah wisatawan yang signifikan akan tetapi setelah itu mengalami peningkatan kembali di tahun 2016 hingga tahun 2017.

Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2016 dan 2017 dikarenakan adanya Festival Baduy yang mulai diselenggarakan pada tahun tersebut yaitu pada tanggal 28 sampai 30 Oktober, festival itu meliputi rangkaian tradisi adat suku Baduy seperti pagelaran seni dan budaya. Menurut Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Lebak, Hayat Syahida event ini terbukti ampuh dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Namun kenaikan jumlah wisatawan yang disebabkan oleh adanya suatu event memiliki dampak negatif, diantaranya dampak dari penyelenggaraan event tersebut menimbulkan biaya-biaya tambahan bagi perekonomian setempat, yang tentunya akan menimbulkan banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh penyelenggara (Leiper, 1990: 233 dalam jurnal [Kemenpar.go.id](http://Kemenpar.go.id) 2011).

Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan cara meningkatkan *revisit intention*, karena dengan meningkatkan *revisit intention* akan menekan biaya-biaya yang dikeluarkan, pernyataan ini selaras dengan Wang (2004) dalam Chang, F. Backman, & Chih Huang, (2014) menyebutkan bahwa biaya untuk menarik pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang lebih sedikit yang dikeluarkan daripada untuk menarik pengunjung baru. Selain itu, pengunjung yang melakukan kunjungan pertama kali dibandingkan dengan pengunjung yang melakukan kunjungan ulang cenderung menghabiskan uang lebih banyak (Lehto et al., 2004) dan tinggal lebih lama (Wang, 2004).

Meningkatnya jumlah wisatawan di suatu destinasi wisata budaya dapat berdampak negatif bagi keberlangsungan daya tarik wisata budaya tersebut, selaras dengan pernyataan Bapak Sarpin, Kasi Pemerintahan Desa Adat Baduy beliau menyebutkan bahwa dikarenakan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Desa Adat Baduy, masyarakat Baduy menjadi sering melihat bagaimana perilaku wisatawan dan menimbulkan keinginan atau ketertarikan dalam masyarakat Baduy untuk meniru perilaku atau cara berpakaian wisatawan, hal ini akan mengurangi identitas Baduy sendiri sebagai suatu budaya dengan ketradisionalannya yang kental. Maka dari itu penting bagi pihak pengelola untuk tetap memperhatikan keberlangsungan Desa Adat Baduy agar kenaikan jumlah

wisatawan tidak berdampak negatif bagi kebudayaan Desa Adat Baduy dan hal tersebut dapat diatasi dengan meningkatkan *revisit intention*.

Jumlah wisatawan di suatu destinasi yang meningkat setiap tahunnya belum bisa menyatakan apakah wisatawan tersebut memiliki niat untuk berkunjung kembali di masa yang akan datang dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain atau tidak. Hal ini dapat dibuktikan ketika sebagian besar responden yang memiliki tanggapan baik terhadap suatu destinasi masih tidak melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata yang mereka kunjungi sebelumnya.

Desa Adat Baduy sebagai suatu aset wisata budaya yang menjanjikan dapat menjadi potensi suatu destinasi untuk dikembangkan yang bisa menghasilkan pendapatan daerah maupun kesejahteraan masyarakatnya, akan tetapi pariwisata Desa Adat Baduy belum banyak dikembangkan dalam hal *experience*, dikarenakan selama ini pemerintah atau pengelola pariwisata Baduy hanya melakukannya kepada penataan fasilitas dan perbaikan infrastrukturnya saja, seperti halnya menurut Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata (Dispora) Kabupaten Lebak Oman Nurohman dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) menyatakan bahwa pengembangan wisata Baduy nantinya akan dibangun infrastruktur, penginapan dan pusat perdagangan. Hal tersebut bukanlah suatu hal utama dalam mengembangkan wisata budaya karena mengingat bahwa wisata budaya Baduy merupakan wisata kebudayaan yang menampilkan ke tradisionalannya sebagai suatu nilai pengalaman yang harus dikembangkan.

Saat ini dalam persaingan antara ketatnya perkembangan destinasi yang kompetitif tidak sedikit destinasi pariwisata yang berkualitas gagal bersaing, hal ini diakibatkan karena pengelola destinasi kurang memperhatikan perilaku wisatawan untuk dapat menciptakan niat untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut. Bagi pemilik destinasi pariwisata, bagaimana memahami sepenuhnya perilaku pembelian wisatawan dan memprediksi niat membeli di masa depan adalah salah satu tugas penting utama (Chang et al., 2014). Beberapa studi empiris telah membenarkan bahwa banyak destinasi wisata yang bergantung pada pengunjung yang melakukan kunjungan ulang (Darnell dan Johnson, 2001; Jayaraman et al., 2010). Sementara itu wisatawan yang ingin berkunjung kembali ke Desa Adat Baduy dikarenakan ingin kembali merasakan alam yang masih asri dan indah, melihat keunikan budaya dan kearifan lokal yang masih sangat tradisional dan merasakan pola hidup masyarakat Baduy tanpa adanya modernisasi, inilah yang menjadi suatu hal yang unik dan menjadi suatu pengalaman yang berkesan bagi

wisatawan sehingga wisatawan dapat mengingat pengalaman tersebut untuk dikenang kembali dan menjadi suatu pendorong niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Desa Adat Baduy dan bukan dikarenakan oleh pengembangan-pengembangan fasilitas dan infrastruktur yang justru mengurangi *experience* yang di dapatkan oleh wisatawan di Desa Adat Baduy.

Pembangunan Desa Adat Baduy yang harus lebih diutamakan yaitu pembangunan dalam segi *experience* seperti melalui pembinaan sumber daya manusia untuk tetap melestarikan ke-Baduyannya sehingga wisatawan masih dapat merasakan pengalaman budaya adat Baduy yang masih sangat tradisional dan tentunya pengembangan aspek pengalaman yang dibangun dapat lebih menciptakan kunjungan ulang atau *revisit intention* wisatawan ke Desa Adat Baduy.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi *revisit intention* wisatawan diantaranya *tourist motivation*, *tourist experience*, *tourism attractiveness* (Feng-Hsiang Chang, 2016), *satisfaction* dan *quality* (Ramukumba, 2018). Penelitian lain mengemukakan bahwa *promotion effort*, dan *new attractions* berpengaruh terhadap *revisit intention* (Bintarti & Kurniawan, 2017).

Tujuan wisatawan untuk berkunjung kembali ke destinasi tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik yang dirasakan atau kepuasan yang dirasakan tetapi berasal dari pengalaman masa lalu (Phophan, 2017). Hal tersebut didukung oleh penelitian Anita Zátori, (2013) yang menyebutkan bahwa pengalaman yang di sajikan dengan baik akan menghasilkan kenangan positif, yang pada gilirannya membentuk evaluasi sikap wisatawan berikutnya, seperti kepuasan dan niat di masa depan. Kenangan yang jelas dari pengunjung memberikan wawasan yang berguna untuk mengingat pengalaman mereka dalam jangka waktu yang lama yang akan memperkuat *revisit intention* (Ahn, Hyun, Kim, & Ahn, 2016). Hal ini selaras dengan penelitian Ahn et al., (2016) yang menunjukkan jika wisatawan dapat mengingat pengalaman maka akan meningkatkan dan memperkuat niat untuk berkunjung kembali. Ketika individu mengalami pengalaman menarik yang berkesan hal tersebut akan menjadi pendorong yang kuat untuk perikalu positif di masa depan (Lehto, O'Leary, & Morrison, 2004; Morgan & Xu, 2009). Oleh karena itu, ini adalah hal utama untuk meningkatkan pengalaman pengunjung agar dapat menciptakan *revisit intention* (Chien, 2017).

Dalam suatu bisnis perusahaan harus berusaha menciptakan kondisi yang memfasilitasi terwujudnya *memorable experience* yang

positif untuk mengembangkan niat pelanggan agar terciptanya penawaran kembali (Amrishi, 2017). Ali (2015) dalam Zatori & Beardsley, (2017) mengemukakan bahwa *memorable experience* dapat secara signifikan mempengaruhi nostalgia individu dan *revisit intention*. Penelitian lain juga mendukung bahwa memori yang menyenangkan merupakan prediktor penting dari niat positif perilaku dan memastikan bahwa *memorable experience* dapat menghasilkan *revisit intention*. (Mahdzar, Shuib, Ramachandran, Herman, & Afandi, 2015).

*Memorable experience* dalam penelitian ini menjadi cara untuk meningkatkan *revisit intention*. Song et al., (2014) mengemukakan bahwa wisatawan akan mencari sebuah pengalaman di destinasi wisata yang membuat kesan yang tak terlupakan, membangkitkan indra, menyentuh hati, dan merangsang pikiran. Oleh karena itu nilai pengalaman dianggap sebagai alat yang dapat diterapkan pada manajerial dan organisasi secara efektif (Chien, 2017). Menciptakan *memorable experience* adalah salah satu aktivitas produk utama dalam pariwisata (Qu, 2017). Penelitian yang dilakukan Khairufi, (2016) mengemukakan bahwa *memorable experience* memberikan pengaruh terhadap intensi berkunjung kembali di destinasi wisata Desa Wisata Sanjai di Kota Bukittinggi.

Desa Adat Baduy menciptakan *memorable experience* dengan beberapa daya tarik wisata yang tidak akan di dapatkan di destinasi wisata lainnya dan diantaranya daya tarik yang ditawarkan berupa nilai-nilai kehidupan, adat, dan lingkungan alam, hal ini menjadi khas dan unik sehingga dapat memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan, seperti bagaimana cara hidup masyarakat Baduy yang tidak mengandalkan modernisasi dalam berbagai kegiatan kehidupannya karena masyarakat Baduy menganggap pengaruh modernisasi tidak hanya memudahkan kehidupan, tetapi juga menambah berbagai permasalahan kehidupan, disinilah letak kekuatan masyarakat Baduy, mereka berfikir sesederhana mungkin, kesederhanaan, keseimbangan, dan keharmonisan, itulah pelajaran yang dapat di petik oleh wisatawan yang berkunjung ke Desa Adat Baduy dan cara hidup masyarakat Baduy yang selalu memprioritaskan keberlangsungan alam seperti penggunaan sistem perairan sungai pembangunan rumah adat menjadi nilai-nilai yang akan di dapatkan oleh wisatawan. Masyarakat baduy sangat memegang teguh adat istiadat hal itu harus dipatuhi oleh semua yang berada di dalamnya termasuk wisatawan, wisatawan yang berkunjung ke Baduy Dalam tidak boleh mengambil foto sama sekali, tidak boleh menggunakan handphone atau teknologi lainnya, dan tidak boleh mandi menggunakan sabun atau deterjen apapun. Salah satu hal yang menciptakan *memorable experience*

bagi wisatawan yaitu karena sudah merasakan bagaimana hidup tanpa modernisasi yang biasanya mereka sangat dekat dengan hal itu.

Wisatawan dapat menginap di salah satu rumah warga, dan masyarakat Baduy pun sangat ramah dalam mempersilahkan wisatawan untuk tinggal di rumahnya, hal ini ditujukan agar wisatawan yang ingin berkunjung ke Baduy dapat lebih menikmati kegiatan wisatanya lebih lama, yang akan membuat dan meningkatkan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan.

Melalui *memorable experience* yang diterapkan oleh Desa Adat Baduy diharapkan dapat meningkatkan minat berkunjung kembali (*revisit intention*). Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu diadakannya penelitian mengenai **“Pengaruh *Memorable experience* Terhadap *Revisit Intention* Di Desa Adat Baduy”** (Survei terhadap wisatawan nusantara yang berkunjung ke Desa Adat Baduy).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *memorable experience* di Desa Adat Baduy.
2. Bagaimana gambaran mengenai *revisit intention* di Desa Adat Baduy.
3. Bagaimana gambaran mengenai pengaruh *memorable experience* terhadap *revisit intention* di Desa Adat Baduy.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai :

1. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *memorable experience* di Desa Adat Baduy.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran tingkat *revisit intention* di Desa Adat Baduy.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *memorable experience* di Desa Adat Baduy.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan:

1. Secara teoritis



Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan dan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata khususnya manajemen pemasaran destinasi serta bermanfaat dalam pengembangan ilmu dan penelitian dalam bidang disiplin ilmu Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya pengembangan wawasan tentang *memorable experience* dan *revisit intention*.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada pihak desitnasi yaitu Desa Adat Baduy agar dapat mengembangkan *memorable experience* yang dimilikinya untuk meningkatkan kunjungan kembali atau *revisit intention* di Desa Adat Baduy Selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut khususnya pada ranah penelitian yang sama.