

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata adalah salah satu sumber ekonomi terbesar di dunia. *World travel & tourism council* (WTTC) menjelaskan bahwa pada tahun 2019, industri pariwisata mengalami pertumbuhan 3,5% dibandingkan dengan ekonomi global yaitu 2,5% (wwtc.org). Negara-negara di dunia menghadapi persaingan ketat dalam menarik kunjungan wisatawan. Niat para wisatawan untuk berkunjung kembali dan keterlibatan mereka dalam *word of mouth* (WOM), tetap menjadi fokus utama dalam industri pariwisata untuk mencapai sebuah keberhasilan berkelanjutan bagi destinasi atau organisasi. Maka dari itu, tantangan utama bagi para pemasar dan juga peneliti bidang pariwisata adalah menilai dan memahami niat perilaku (*behavioral intention*) wisatawan. *Behavioral intention* mencerminkan kemungkinan keterlibatan individu atau kelompok dalam perilaku tertentu (Gao, Mattila, & Lee, 2016). Permasalahan yang saat ini sering kali dibahas dalam industri pemasaran jasa pada khususnya adalah mengenai rendahnya *behavioral intention* (Bajs, 2013).

Memahami *behavioral intention* telah menjadi isu yang penting bagi para peneliti di bidang pariwisata (Dolnicar, Coltman, & Sharma, 2015). *Behavioral intention* mencerminkan seberapa sering seseorang menunjukkan perilakunya yang terwujud dalam intensitas pembelian yang dilakukannya (Chen & Chen, 2009; Cheng & Lu, 2013). Memahami *behavioral intention* dapat memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan. Banyak pemasar dalam bidang daya tarik wisata yang melakukan penelitian untuk mengukur faktor yang paling efektif dalam menciptakan *future behavioral intention* wisatawan (Liu, Li, & Kim, 2017). Rendahnya *behavioral intention* wisatawan jika dibiarkan dapat berdampak pada rendahnya loyalitas wisatawan (P.Saumell, F.Coll, Sánchez & P.Planagumà, 2013). Perusahaan dapat kehilangan wisatawan jika tingkat pelayanannya rendah dan menimbulkan pengalaman yang buruk terhadap wisatawan serta menciptakan negatif *word of mouth* dari wisatawan (Ali & Amin, 2014). Rendahnya *behavioral intention* akan mengancam timbulnya niat

wisatawan untuk berkunjung kembali dan niat untuk merekomendasikan barang atau jasa yang sudah mereka gunakan atau rasakan kepada orang lain (Coudounaris & Sthapit, 2017).

Sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan *behavioral intention* adalah dengan membangun *customer experience* yang [merupakan upaya perusahaan untuk membentuk pengalaman konsumennya. Pengalaman konsumen dapat terbentuk dari proses pelayanan, interaksi antar wisatawan ataupun dengan pihak pengelola, dan juga dari fasilitas-fasilitas yang tersedia. Dalam industri pariwisata, para wisatawan tidak hanya membeli barang atau jasa, tetapi pengalaman dari tempat yang mereka kunjungi (Mansour & Ariffin, 2017).

Chen & Lin, 2014 mengatakan bahwa pengalaman merupakan pengakuan kognitif atau sebuah persepsi dalam memotivasi pelanggan. Persepsi tersebut dapat meningkatkan nilai produk dan jasa sebuah pengelola. Hal tersebut merupakan hasil dari interaksi antara pelanggan dengan pengelola secara fisik dan emosional, hasil interaksi ini dapat memberikan perasaan terhadap pelanggan dan mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap pengelola. Oleh sebab itu, bagi para pengelola menjadi sangat penting dalam bergerak di industri pariwisata untuk melakukan penelitian mengenai pengalaman ketika sedang melakukan dan setelah berkunjung.

Pentingnya menciptakan pengalaman yang baik bagi wisatawan merupakan sebuah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak pengelola wisata. Dengan pengalaman, baik yang dirasakan oleh wisatawan setelah mendapatkan barang atau jasa dapat berdampak pada *behavioral intention* yang menguntungkan. Hal tersebut didukung oleh Penelitian Coudounaris & Sthapit, 2017 yang menyatakan bahwa pengalaman yang baik dari sebuah perjalanan wisata adalah salah satu hal yang penting bagi seseorang dalam memutuskan untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikannya pada oranglain.

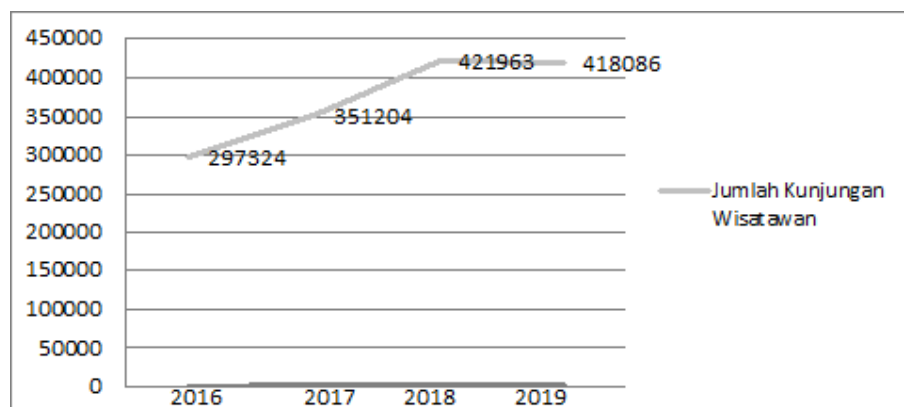
Pariwisata dan olahraga merupakan dua disiplin ilmu yang dapat dipadukan sehingga memiliki kekuatan dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada umumnya. Oleh sebab itu pariwisata dan olahraga (*sport tourism*) saat ini mendapatkan perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademis maupun masyarakat luas.

*Sport tourism* merupakan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata dan olahraga di Indonesia (Astuti, 2015). Maka dari itu penelitian ini berlokasi di ClubMed Bintan karena memiliki sport tourism sebagai salah satu fasilitas keunggulan.

Club Med Bintan merupakan sebuah resort yang terdapat di Pulau Bintan Kepulauan Riau. Resort ini memberikan berbagai macam fasilitas yang menarik bagi wisatawan, seperti pantai pribadi, taman, restoran, bar, lounge, dan kolam renang. Selain fasilitas tersebut, wisatawan yang berkunjung ke Club Med Bintan ini dapat menikmati berbagai macam jenis kegiatan olahraga. Club Med Bintan menyediakan *sport center* yang terdiri dari berbagai macam kegiatan yang bisa dilakukan seperti, *tennis, archery, volley ball, basket ball, badminton, football, flying trapeze, squash*, tenis meja, catur, *golf, fitness center, zumba, bocce ball*, dan fasilitas kardio. Selain kegiatan yang terdapat di *sport center* tersebut, wisatawan juga dapat menikmati kegiatan *water sport* seperti, *snorkling, sailing boat, kayaking*, dan *wind surfing*.

Diantara sekian banyak kegiatan wisata olahraga yang dapat dinikmati oleh wisatawan, *archery, flying trapeze*, dan *golf* merupakan jenis kegiatan yang paling banyak dipilih oleh wisatawan ketika berkunjung ke Club Med Bintan. Banyaknya fasilitas yang dapat dinikmati serta keindahan alam yang dimiliki oleh Club Med Bintan membuat Club Med Bintan sebagai tujuan wisata yang banyak di nikmati bagi wisatawan, berikut data kunjungan wisatawan Club Med Bintan tahun 2016 hingga 2019.

**Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Club Med Bintan Tahun 2016-2019**





Sumber: Pihak Pengelola Club Med Bintan, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Club Med Bintan cenderung mengalami kenaikan dari tahun 2016 hingga tahun 2018. Jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2016 sebesar 297.324 wisatawan, pada tahun 2017 kunjungan wisatawan mencapai jumlah sebesar 351.204 wisatawan dan mencapai sebesar 421.963 wisatawan pada tahun 2018. Dalam jumlah kunjungan wisatawan yang terus mengalami kenaikan pada tahun 2016-2018 mengalami penurunan di tahun 2019. Tercatat jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 hanya sebesar 418.086 wisatawan. Berdasarkan pernyataan pihak pengelola Club Med Bintan, penurunan jumlah kunjungan wisatawan dapat disebabkan oleh semakin ketatnya persaingan pada Industri Pariwisata Indonesia, seperti semakin gencarnya pemasaran yang dilakukan oleh berbagai objek wisata di Indonesia yang mulai menarik perhatian wisatawan. Penurunan jumlah wisatawan di Club Med Bintan tentunya memberikan dampak yang merugikan bagi pihak pengelola, terutama dalam memenangkan persaingan antar objek wisata di Indonesia. Berbagai hal tersebut merupakan ancaman bagi pihak pengelola Club Med Bintan untuk terus berupaya dalam memenangkan pasar.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kim & Park (2015) di Pulau Weh Indonesia menyatakan bahwa *repeat tourist* akan lebih menguntungkan bagi suatu destinasi untuk dipertahankan dibandingkan dengan mencari wisatawan baru atau *first-time tourist*. Memperkuat adanya masalah terhadap *behavioral intention* di Club Med Bintan, terdapat beberapa komentar yang diberikan tamu menanggapi pengalaman mereka di Club Med Bintan.

**Tabel 1.2 Ulasan Wisatawan (online) Club Med Bintan**

No.	Nama Akun & Rating	Ulasan
1	Hotell-SG ★★★★☆	"Spend a short but eventful 3D2N in Club Med. Good Array of sports activities are available, you just need to get your body moving"
2	SeanL ★★★★☆	"The second disappointing is the sports center. The GO in charge of ABT class was late on the first day 20 March 3pm. We had to call front desk to hunt her down. The GO in charge of

No.	Nama Akun & Rating	Ulasan
		<p><i>circuit training and cardio cut both lessons to 30mins so he could leave earlier,even though it was supposed to be a 45mins class. Most of the time, there were no GO manning the desk at the sport center,so guests have to figure out how to rent equipment and book courts DIY. The badminton tournament at 10,30am didnt matrealise as no GO turned up.”</i></p>
3	<p><i>DoR Loh</i>  </p>	<p><i>“There were many activities available but the timing can be quite short (like the Trapeze, and some of my friends cant go on it due to stict cut off times). Also one of them had an awkward landing into the netting as the GO whowasdoingthecounterweightatthe bottom was not slert st thst time.”</i></p>
4	<p><i>Galbert T</i>  </p>	<p><i>“ The crew at the sports centre wasnt that encouranging in the guest taking part in activities. Comments like have you kayak before, have you done stand up paddle before, if havent best dun try. The snorkling require guest to queue up way before and many went away disappointed. I was lucky to get a slot, but the crew on the boat wasnt friendly, going throgh motion not trying to create a vacation feel at all.”</i></p>

No.	Nama Akun & Rating	Ulasan
5	JustASida ★★★★☆	“ I was surprised because we’ve had much better experiences with staff at other Bintan resorts. The Gos were similar. It just felt like people were often going through the mentions while suppressing some unhappiness. One of the staff at the sport centre flat-out brushed me off when i showed up a little early for a workout class.”

Sumber: TripAdvisor, 2020

Seperti terlihat pada tabel 1.2 terdapat beberapa komentar yang ditujukan kepada ClubMed Bintan terutama pada *sport tourism* terdapat tamu yang merasa ekspektasi yang diharapkan tidak sesuai dengan pengalaman yang didapatkan ketika berkunjung ke Club Med Bintan, menjadikan kurang baiknya minat untuk berperilaku yang positif. Pada tabel tersebut menjelaskan bahwa pengalaman yang didapatkan oleh tamu ClubMed Bintan kurang baik sebelum pengelola meningkatkan *sport activity*. Secara keseluruhan ulasan atau komentar yang diberikan oleh wisatawan pada *google review* maupun *trip advisor* dan yang lainnya, menyatakan bahwa mereka merasa kurang terpenuhi dengan pengalaman selama berada di Club Med Bintan. Menyikapi hal tersebut, dapat diketahui bahwa minat dalam berperilaku positif saat mengunjungi ClubMed Bintan kurang baik. Menurut Klaus & Maklan, 2011 menerangkan bahwa *sport tourism costumer experience* dapat memperbaiki dari niat untuk berperilaku wisatawan yang berkunjung ke ClubMed Bintan. Hal ini tidak dapat menjadi tolak ukur dari *behavioral intention* wisatawan setelah berkunjung ke Club Med Bintan, seperti niat untuk berkunjung kembali dan juga merekomendasikan Club Med Bintan pada orang lain karena tidak terdapatnya data yang mengatakan mengenai kedua aspektersebut.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa data kunjungan wisatawan menurun pada tahun 2019, selain itu terdapat *review* dari konsumen yang negatif pada saat sebelum adanya peningkatan atraksi *sport* yang ada di ClubMed Bintan. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui dan

memahami *sport customer experience* dan *behavioral intention* di Club Med Bintan yang dapat membantu pihak manajemen dalam mempertahankan pelanggan dan memperoleh pelanggan baru. Maka peneliti ingin meneliti lebih jauh bagaimana pengaruh *sport customer experience* terhadap *behavioral intention* dan peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Sport Tourism Customer Experience Terhadap Behavioral Intention Wisatawan Mancanegara yang berkunjung ke Club MedBintan”**.

### 1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *sport tourism customer experience* wisatawan mancanegara di Club Med Bintan?
2. Bagaimana *behavioral intention* wisatawan mancanegara di Club Med Bintan?
3. Bagaimana pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan mancanegara di Club MedBintan?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat *sport tourism customer experience* wisatawan mancanegara di Club MedBintan.
2. Menganalisis tingkat *behavioral intention* wisatawan mancanegara di Club MedBintan.
3. Menganalisis pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *behavioral intention* wisatawan mancanegara di Club Med Bintan.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Perihal manfaat dari penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini dapat diharapkan untuk menambah kajian ilmu mengenai pengaruh *customer experience* terhadap *behavioral intention*. Memahami dan mempelajari banyak ilmu mengenai niat untuk berperilaku

maupun pengalaman wisatawan akan bermanfaat di masa yang akan datang. Pengalaman menggunakan aktivitas di sebuah *resort* merupakan hal yang krusial karena dapat mempengaruhi perilaku wisatawan di masa depan. Memahami hubungan *customer experience* dan *behavioral intention* dapat menciptakan peluang bagi *resort* untuk memiliki keberlangsungan lewat terciptanya perilaku wisatawan yang positif terhadap perusahaan.

## 2. Manfaat Bagi Praktisi

### a. Pengelola

Penelitian ini diharapkan agar bermanfaat bagi para pengelola *resort* dengan menjadikan hasil penelitian sebagai arahan dalam melakukan perbaikan dan pengembangan dikemudian hari.

### b. Program Studi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi arsip dan bahan ajar mengenai pengaruh *sport tourism customer experience* terhadap *behavioral intention*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mengetahui bagaimana pengalaman atau penilaian tamu terhadap Club Med Bintan hingga dapat meningkatkan *behavioral intention* serta memberikan informasi kepada para pembaca mengenai Club Med Bintan.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini merupakan pedoman penulis dalam menyusun penelitian agar memiliki sistematika yang baik. Maka dari itu, skripsi ini terbagi menjadi beberapa bab dengan penjelasan sebagai berikut:

### 1. Bab I: Pendahuluan

Pada bab pendahuluan, terdapat latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### 2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bab tinjauan pustaka, terdapat tinjauan pustaka yang berisi teori dari beberapa para ahli, kemudian beberapa penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan juga hipotesis penelitian

### 3. Bab III: Metode Penelitian



Pada bab metode penelitian, terdapat penjabaran terkait lokasi penelitian, desain penelitian yang menjelaskan metode yang digunakan peneliti, kemudian jumlah sampel, operasional variabel, instrumen penelitian, hasil uji validitas dan reliabilitas dan juga teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

#### 4. Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan, terdapat penjabaran terkait lokasi penelitian, kemudian karakteristik profil responden. Selain itu, pada bab ini juga membahas hasil olahan data penelitian baik secara deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode statistik yang sesuai.

#### 5. Bab V: Kesimpulan dan Rekomendasi

Pada bab kesimpulan dan saran, terdapat kesimpulan dari penelitian ini dan juga rekomendasi dari peneliti.