

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir sektor pariwisata Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup signifikan, baik dari segi jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara (Kemenpar RI, 2025). Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor prioritas yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan bahwa pada tahun 2025 sektor ini menyumbang sekitar 5,5 % terhadap PDB nasional. (Darmayasa Darmayasa, Loso Judijanto, 2025) menegaskan bahwa pengalaman yang melibatkan dimensi estetik, edukasi, hiburan, dan *escapism* memiliki peran sentral dalam membentuk kepuasan dan niat kunjungan ulang.

Kabupaten Sumenep memiliki potensi pariwisata yang sangat kaya dan beragam, menjadikannya salah satu destinasi unggulan di wilayah Madura. Keindahan alam yang mempesona menjadi daya tarik utama, seperti keberadaan Pantai Gili Labak, Pantai Slopeng, dan Pantai Lombang dengan pasir putih serta air laut yang jernih, yang mampu memberikan pengalaman visual dan emosional yang kuat bagi wisatawan. Tradisi lokal yang masih terjaga, seperti karapan sapi dan saronen, memberikan nilai pengalaman yang unik karena jarang ditemukan di daerah lain. Kombinasi antara pesona alam, kekayaan budaya, dan keramah tamahan inilah yang membuat pariwisata Sumenep memiliki nilai kompetitif tinggi di tingkat regional maupun nasional,

sekaligus memberikan peluang besar untuk mengukur dan mengembangkan *experiential value* sebagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong niat kunjungan ulang (Taufan, 2023).

Meningkatnya kebutuhan destinasi wisata untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku wisatawan yang kini lebih menekankan pada nilai pengalaman (*experiential value*) dibanding sekadar aspek harga atau jarak (Salimah, 2023). Dalam era *experience economy*, pengalaman yang unik, autentik, dan berkesan menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan dan mendorong niat kunjungan ulang (Prakoso, 2020).

Pantai Lombang sebagai salah satu destinasi unggulan di Kabupaten Sumenep memiliki karakteristik alam yang khas, terutama keberadaan hamparan cemara udang yang tumbuh secara alami di sepanjang garis pantai, menjadikannya berbeda dengan destinasi pesisir lainnya. Keindahan panorama laut, pasir putih yang bersih, serta suasana yang relatif tenang menjadi kelebihan utama yang memberikan nilai pengalaman positif bagi wisatawan. Namun demikian, di balik potensi daya tarik tersebut, Pantai Lombang masih menghadapi sejumlah kekurangan, seperti keterbatasan fasilitas pendukung, kurang optimalnya pengelolaan kebersihan, serta belum maksimalnya penyediaan informasi wisata bagi pengunjung. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun Pantai Lombang memiliki keunggulan alam yang menonjol, peningkatan kualitas layanan dan fasilitas tetap diperlukan agar dapat menciptakan pengalaman berwisata yang lebih nyaman, berkesan, dan mendorong niat kunjungan ulang wisatawan di masa mendatang.

Banyak wisatawan datang sekali tanpa melakukan kunjungan kembali, yang mengindikasikan adanya celah dalam pengelolaan pengalaman wisata (*experiential value*) yang diterima pengunjung. Beberapa faktor yang sering dikeluhkan wisatawan mencakup keterbatasan fasilitas pendukung, kurangnya informasi yang memadai, dan minimnya inovasi atraksi yang dapat memberikan kesan mendalam. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan infrastruktur pendukung, seperti akses transportasi menuju beberapa destinasi wisata yang masih sulit dijangkau karena kondisi jalan yang kurang memadai atau keterbatasan transportasi umum. Fasilitas di lokasi wisata, seperti, toilet umum, area istirahat, dan pusat informasi, sering kali belum dikelola secara optimal, sehingga dapat menurunkan kenyamanan pengunjung.

Sumenep juga menghadapi sejumlah tantangan yang dapat memengaruhi nilai pengalaman wisatawan. Pertama, keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas, terutama menuju pulau-pulau kecil yang memerlukan transportasi laut dengan jadwal terbatas. Kedua, pengelolaan destinasi yang belum optimal dan minimnya koordinasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Ketiga, kerentanan lingkungan akibat peningkatan jumlah wisatawan, seperti penumpukan sampah di pantai dan kerusakan terumbu karang. Keempat, isu sosial-ekonomi, termasuk ketimpangan manfaat pariwisata bagi masyarakat lokal serta keberadaan kawasan kumuh yang berpotensi menurunkan citra daerah. Kelima, kesenjangan antara promosi digital dengan kondisi nyata di lapangan yang dapat menciptakan *expectation gap* bagi wisatawan.

Dalam konteks lokal, potensi besar dari *experiential value* juga tercermin dari penelitian yang dilakukan oleh (Rosadia, 2024) di Bukit Tawap, salah satu destinasi wisata di Kabupaten Sumenep. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perencanaan dan pelaksanaan pengalaman wisata yang terintegrasi dengan pelayanan berkualitas dan penguatan citra destinasi mampu menciptakan loyalitas wisatawan. Temuan ini menjadi bukti bahwa pengelolaan berbasis pengalaman dapat diterapkan secara efektif di daerah-daerah dengan potensi wisata alam dan budaya seperti Sumenep.

dalam risetnya (I Komang Andre Kusuma Sardana, 2024) pada pelanggan Bali Dive Resort menambahkan bahwa kombinasi *experiential marketing* dan *perceived value* menjadi faktor penting dalam meningkatkan *revisit intention*. Hal ini menunjukkan bahwa nilai pengalaman yang dirasakan tidak dapat dipisahkan dari persepsi nilai yang dibentuk oleh wisatawan selama interaksi mereka dengan destinasi. Dengan kata lain, menciptakan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga bermakna menjadi aspek yang tidak bisa diabaikan.

Terdapat relevansi kuat antara kualitas pengalaman (*experiential value*) dengan tingkat kepuasan dan niat mereka untuk berkunjung ulang (Candra, 2024). *Experiential value* yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, yang pada akhirnya mendorong wisatawan untuk memiliki niat kunjungan ulang (Charli, 2021). *Experiential value* yang memadai juga memainkan peran penting dalam menarik niat kunjungan ulang. *Experiential value* yang baik, seperti akses yang mudah, kebersihan, kenyamanan, serta sarana pendukung,

sehingga pengunjung merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut di masa mendatang (Susanti, 2024). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lee, 2020) yang menyatakan bahwa *Experiential value* berpengaruh positif terhadap niat kunjungan ulang. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Rini, 2021) (Lee, 2020). yang menemukan bahwa *Experiential value* berkontribusi secara positif terhadap kepuasan wisatawan.

Hasil penelitian yang berbeda disampaikan oleh (Christianingrum, 2024) menyimpulkan bahwa *Experiential value* tidak memiliki pengaruh positif niat kunjungan ulang maupun kepuasan wisatawan. Pengunjung mungkin lebih mempertimbangkan aspek emosional, pelayanan, atau daya tarik unik dibandingkan *Experiential value*. Hal ini menunjukkan bahwa *Experiential value* berperan dalam menarik wisatawan, namun faktor lain seperti pengalaman pribadi, rekomendasi, serta harapan yang terpenuhi atau tidak terpenuhi dapat lebih menentukan kepuasan dan niat untuk kunjungan ulang.

Penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi positif dalam memahami hubungan antara *experiential value*, kepuasan, dan niat kunjungan ulang, di mana *experiential value* terbukti meningkatkan kepuasan yang dapat mendorong loyalitas perilaku wisatawan berupa niat untuk kembali berkunjung (Lee, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman yang baik mampu membentuk kepuasan wisatawan sehingga menjadi dasar bagi penguatan daya saing destinasi. Namun demikian, penelitian tersebut masih

memiliki keterbatasan karena sebagian besar hanya menekankan hubungan langsung antar variabel tanpa mengeksplorasi secara mendalam peran mediasi kepuasan wisatawan dalam kaitannya dengan *experiential value* terhadap niat kunjungan ulang, khususnya pada konteks destinasi pariwisata di Indonesia yang memiliki keunikan budaya serta karakter wisatawan yang berbeda dengan negara lain (Christianingrum, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang dapat melakukan penelitian lebih lanjut untuk memperkuat pemahaman teoretis sekaligus memberikan implikasi praktis bagi pengelola destinasi dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan pariwisata.

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Experiential Value* (Nilai Pengalaman) terhadap Kepuasan Wisatawan serta Implikasinya pada Niat Kunjungan Ulang: Studi di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep” ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh *experiential value* terhadap kepuasan wisatawan serta implikasinya pada niat kunjungan ulang di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai sejauh mana kualitas pengalaman wisata dapat meningkatkan kepuasan dan membentuk perilaku kunjungan ulang, sehingga dapat menjadi acuan strategis bagi pengelola destinasi dalam menciptakan dan mengelola pengalaman yang berkesan dan berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

1. apakah *experiential value* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan Pantai Lembang?
2. apakah kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang?
3. apakah *Experiential value* berpengaruh positif terhadap Niat Kunjungan Ulang?
4. apakah *Experiential value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Kunjungan Ulang melalui Kepuasan Wisatawan?

C. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan agar fokus analisis tetap terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu, sehingga tidak mempertimbangkan perubahan persepsi wisatawan akibat musim, kondisi cuaca, maupun dinamika pariwisata jangka panjang.
2. Penelitian ini berfokus pada persepsi wisatawan terhadap pengalaman, kepuasan, dan niat kunjungan ulang, sehingga tidak mencakup evaluasi mendalam terhadap faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, promosi digital, kebijakan pemerintah, atau aspek lingkungan wisata.
3. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert dan hanya mencakup responden berusia 17–50 tahun, sehingga tidak merepresentasikan wisatawan di luar rentang usia tersebut.

D. Tujuan

1. Menganalisis pengaruh *experiential value* terhadap kepuasan wisatawan Pantai Lembang.
2. Mengidentifikasi pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat kunjungan ulang.
3. Mengidentifikasi pengaruh Experiential value terhadap Niat Kunjungan Ulang?
4. Mengidentifikasi pengaruh Experiential value terhadap Niat Kunjungan Ulang melalui Kepuasan Wisatawan?

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan *experiential value*, kepuasan wisatawan, dan niat kunjungan ulang. Hasil penelitian ini dapat memperkuat kajian empiris mengenai peran penting kualitas pengalaman wisata dalam menciptakan kepuasan serta mendorong loyalitas wisatawan pada destinasi pariwisata alam. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pembuktian empiris terhadap teori perilaku konsumen dalam pariwisata *experience economy*, sehingga dapat menjadi referensi dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hubungan serupa pada konteks destinasi wisata lain di Indonesia.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Pengelola Wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola Wisata Pantai Lombang Sumenep, khususnya dalam meningkatkan nilai pengalaman, kepuasan wisatawan dan niat kunjungan ulang. Beberapa manfaat bagi pengelola wisata, antara lain:

1) *Experiential Value* (Nilai Pengalaman)

Hasil penelitian terkait nilai pengalaman dapat menjadi dasar bagi pengelola destinasi Pantai Lombang dalam meningkatkan aspek-aspek pengalaman wisata yang meliputi estetika, kenyamanan, interaksi sosial, dan keterlibatan wisatawan. Informasi ini bermanfaat untuk merancang strategi layanan dan atraksi wisata yang lebih inovatif serta berorientasi pada pengalaman, sehingga mampu memberikan kesan positif dan meningkatkan daya saing destinasi terhadap lokasi wisata lain di wilayah Sumenep.

2) Kepuasan wisatawan

Temuan mengenai tingkat kepuasan wisatawan dapat digunakan sebagai ukuran keberhasilan pelayanan dan pengelolaan destinasi. Identifikasi indikator yang masih memiliki nilai rendah akan membantu pengelola menentukan prioritas perbaikan, seperti peningkatan kualitas fasilitas, kebersihan area pantai, aksesibilitas, serta pelayanan dari petugas wisata. Dengan demikian, peningkatan kepuasan dapat dilakukan secara terarah berdasarkan data empiris dari wisatawan yang telah berkunjung.

3) Niat Kunjungan Ulang

Informasi terkait niat wisatawan untuk kembali berkunjung memberikan gambaran mengenai loyalitas wisatawan terhadap Pantai Lombang. Data ini dapat menjadi bahan evaluasi penyusunan strategi retensi pengunjung, misalnya melalui program promosi, event tematik, penguatan brand destinasi, serta pemanfaatan media digital dan rekomendasi *word of mouth*. Upaya mempertahankan wisatawan lama dianggap lebih efektif dalam aspek biaya dibandingkan menarik pengunjung baru, sehingga hasil penelitian ini dapat membantu pengelola mengoptimalkan strategi pemasaran dan keberlanjutan wisata jangka panjang.