

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, sehingga mengakibatkan masyarakat Indonesia memerlukan alat transportasi ketika akan melakukan perjalanan dari satu wilayah ke wilayah lainnya (Wahyuni *et al.*, 2020). Kepulauan Indonesia, yang terletak di wilayah beriklim tropis, memiliki kekayaan serta keanekaragaman sumber daya alam yang khas dan unik di tingkat global (Purnomo & Pradhana, 2020). Selain keindahan alamnya, wisatawan juga berkesempatan untuk menikmati dan mengapresiasi warisan budaya serta kehidupan sosial di Indonesia. Wisatawan dapat memahami bagaimana proses akulturasi budaya dan harmoni antaragama dapat bersinergi serta berkontribusi dalam membentuk nilai-nilai budaya lokal dan warisan binaan Indonesia, serta merasakan budaya yang tetap hidup melalui berbagai kegiatan spiritual, yang merupakan salah satu atraksi wisata utama (Azis, 2021).

Seiring dengan berbagai tantangan dan peluang yang muncul, telah terjadi perubahan dalam tugas dan fungsi pemerintah di bidang kebudayaan dan pariwisata yang sebelumnya telah berperan dalam pengelolaan dan pengembangannya. Tidak dapat disangkal bahwa masyarakat juga memiliki peran yang sangat signifikan dalam kemajuan sektor pariwisata. Pemberdayaan masyarakat menjadi indikator utama keberhasilan pariwisata di Indonesia (Ali Fathoni *et al.*, 2022). Peningkatan

sektor ini perlu didukung dengan mendorong partisipasi aktif masyarakat serta mengembangkan kawasan wisata yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan lokal. Jika pariwisata dijadikan sebagai sektor unggulan dalam pembangunan suatu daerah, dampaknya akan berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat perjalanan wisatawan domestik di Indonesia pada tahun 2024 berjumlah hampir 9 juta perjalanan wisata. Sementara itu, tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun yang sama juga tercatat mencapai jumlah 13 juta kunjungan. Angka ini menunjukkan pemulihan yang cukup signifikan dalam sektor pariwisata pasca-pandemi. Memasuki awal tahun 2025, terdapat peningkatan jumlah perjalanan wisatawan domestik sebesar 18,49%, dengan sekitar 900 ribu perjalanan wisata tercatat hanya dalam bulan pertama. Peningkatan ini mencerminkan tren positif dalam minat masyarakat terhadap kegiatan pariwisata, baik dalam bentuk wisata individu maupun wisata yang diorganisasi oleh pihak ketiga seperti agen *tour and travel*.

Selain meningkatnya minat masyarakat terhadap pariwisata, perkembangan industri agen *tour and travel* juga didorong oleh perubahan perilaku wisatawan yang semakin mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam merencanakan perjalanan. Wisatawan yang ingin menikmati liburan dapat menggunakan agen perjalanan tanpa harus repot mengurus berbagai kebutuhan perjalanan secara mandiri, mulai dari pemesanan tiket, akomodasi, hingga penyusunan *itinerary* (Yosi

Septrix Sipayung *et al.*, 2022). Dengan adanya layanan yang terintegrasi, wisatawan dapat merasakan pengalaman liburan yang lebih efisien dan terorganisir.

Perkembangan tren perjalanan wisata saat ini menunjukkan adanya berbagai perubahan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah meningkatnya kesadaran wisatawan terhadap pentingnya pariwisata berkelanjutan (Djabbar *et al.*, 2024). Hal ini mendorong wisatawan untuk memilih moda transportasi yang lebih ramah lingkungan, mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, serta mencari akomodasi yang menerapkan praktik-praktik berkelanjutan. Di samping itu, kemajuan teknologi turut memberikan kontribusi signifikan dalam industri pariwisata, khususnya melalui pemanfaatan aplikasi berbasis *web* untuk keperluan promosi, perbandingan harga, dan peningkatan kualitas layanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh agen *tour and travel* juga menjadi faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan wisatawan. Penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek seperti kenyamanan, keramahan pemandu wisata, keandalan layanan, dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap pengalaman liburan wisatawan (Gautama, 2024). Wisatawan yang merasa puas dengan pelayanan agen perjalanan cenderung memberikan rekomendasi positif dan melakukan perjalanan ulang di masa mendatang (Djabbar *et al.*, 2024). Namun, di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, pengalaman menggunakan jasa agen *tour and travel* juga memiliki tantangan tersendiri, seperti kebutuhan untuk menyesuaikan preferensi pribadi dengan jadwal kelompok serta potensi perbedaan ekspektasi terhadap layanan yang diberikan.

Signifikansi pengalaman wisatawan yang diperoleh melalui agen *tour and travel* sangat erat kaitannya dengan pembahasan sebelumnya mengenai peningkatan minat masyarakat terhadap pariwisata dan peran *agen tour and travel* dalam memfasilitasi perjalanan. Pengalaman wisatawan yang positif tidak hanya mencerminkan keberhasilan agen dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan selama perjalanan, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan (Dimas Bayu Prakoso *et al.*, 2020). Pengalaman wisatawan sangat penting dalam industri pariwisata karena pengalaman tersebut menjadi dasar utama dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi. Pengalaman wisata yang berkesan dapat menciptakan kenangan positif yang tidak hanya memotivasi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang, tetapi juga mendorong mereka untuk memberi tahu orang lain tentang tempat tersebut melalui promosi dari mulut ke mulut (Sinaga *et al.*, 2024).

Pengalaman wisatawan yang positif berkontribusi pada peningkatan citra destinasi, yang pada gilirannya dapat membedakan destinasi tersebut dari pesaing dan menciptakan nilai tambah bagi wisatawan. Hal ini penting untuk keberlanjutan dan daya saing destinasi wisata (Abrian *et al.*, 2023). Pengalaman yang berkualitas juga meningkatkan kepuasan wisatawan, yang menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan wisata, termasuk agen *tour and travel*. Pengelolaan pengalaman wisatawan yang baik melalui pelayanan yang terlatih dan responsif juga meningkatkan rasa aman, kenyamanan, dan interaksi positif antara wisatawan dengan komunitas lokal,

sehingga memperkaya makna pengalaman liburan wisatawan (Sinaga *et al.*, 2024). Dengan demikian, pengalaman wisatawan menjadi faktor strategis yang harus diperhatikan oleh pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan pariwisata jangka panjang.

Salah satu penyedia layanan wisata yang saat ini aktif melayani berbagai kebutuhan perjalanan wisata adalah Sahabat Ratu *Tour*, yang menawarkan berbagai paket wisata baik untuk individu maupun kelompok. Kantor Sahabat Ratu *Tour* ini berlokasi di Jl. Golf 1 Surabaya No.97, Gn. Sari, Kec. Dukuhpakis, Surabaya, Jawa Timur. Sebagai agen *tour and travel*, perusahaan ini tidak hanya menyediakan transportasi dan akomodasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan pengalaman liburan yang menyenangkan dan bermakna bagi para pelanggannya. Dalam konteks tersebut, penting untuk mengetahui bagaimana wisatawan menilai pengalaman mereka selama mengikuti paket *tour* yang ditawarkan, baik dari segi pelayanan, kenyamanan, interaksi sosial, hingga persepsi terhadap keseluruhan perjalanan wisata.

Penelitian mengenai pengalaman wisatawan dan persepsi terhadap layanan pariwisata telah banyak dilakukan. Namun, mayoritas penelitian sebelumnya cenderung membahas kedua komponen tersebut secara terpisah atau dalam konteks destinasi wisata secara umum. Masih terbatas kajian yang secara spesifik menganalisis keterkaitan antara pengalaman liburan wisatawan dan persepsi mereka terhadap kualitas penyelenggaraan paket wisata oleh agen perjalanan, khususnya *open trip*. Dengan demikian, dasar dari penelitian ini adalah kebutuhan

untuk memahami bagaimana pengalaman liburan memengaruhi persepsi wisatawan terhadap paket tour secara lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan literatur (*research gap*) yang masih minim mengaitkan kedua variabel tersebut dalam satu kajian empiris, serta memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan kualitas jasa pariwisata.

## **B. Rumusan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman liburan wisatawan terhadap persepsi mereka dalam menggunakan layanan Sahabat Ratu *Tour*, baik dari segi persepsi terhadap kualitas layanan maupun kepuasan dan makna yang dirasakan selama proses perencanaan hingga pelaksanaan perjalanan wisata. Penelitian ini juga merujuk pada dimensi pengalaman pengunjung yang dikemukakan oleh Rageh *et al.* (2013) yang hanya mencakup pada aspek-aspek yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu aspek kenyamanan (*comfort*), kesenangan (*hedonic*), keamanan (*safety*), pengakuan (*recognition*), dan hubungan sosial (*relational*) yang membentuk pengalaman wisatawan selama proses perencanaan, pelaksanaan, hingga setelah perjalanan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Pertanyaan utama penelitian ini yang akan dijawab adalah: Bagaimana pengaruh pengalaman liburan wisatawan terhadap persepsi mereka terhadap paket *tour* Sahabat Ratu *Tour*? Rumusan masalah ini bertujuan untuk menggali secara mendalam persepsi, evaluasi yang dibentuk oleh wisatawan terhadap layanan yang diberikan kepada mereka selama perjalanan wisata yang difasilitasi oleh Sahabat Ratu *Tour*.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengalaman liburan wisatawan terhadap persepsi mereka terhadap paket *tour* Sahabat Ratu *Tour*, dengan merujuk pada teori *Tourist Experience* yang dikembangkan oleh Rageh *et al.* (2013) dengan meninjau lima aspek yang membentuk pengalaman wisatawan pada masalah pada penelitian ini adalah kenyamanan (*comfort*), kesenangan (*hedonic*), keamanan (*safety*), pengakuan (*recognition*), dan hubungan sosial (*relational*).

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka terdapat manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

- (1). Berkontribusi pada pengembangan penelitian dalam ilmu pariwisata, khususnya mengenai konsep *tourist experience*.
- (2). Menambah literatur yang menghubungkan secara empiris antara pengalaman liburan wisatawan dengan persepsi wisatawan dalam industri pariwisata.

## 2. Kegunaan Praktis

### (1). Bagi Wisatawan

- (a). Membantu wisatawan memilih paket tur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan, serta meningkatkan kesadaran akan aspek-aspek pengalaman liburan yang mempengaruhi persepsi terhadap layanan.
- (b). Wisatawan dapat memiliki acuan dalam memilih agen perjalanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan selama berlibur.

### (1). Bagi Penulis

- (a). Memberikan pengalaman empiris dalam menerapkan metode kuantitatif serta memperdalam pemahaman peneliti terhadap konsep *tourist experience* dalam konteks layanan agen perjalanan.
- (b). Berkontribusi terhadap pengembangan kapasitas akademik penulis dalam menyusun kajian ilmiah berbasis data lapangan.