

BAB I

PENDAHULUAN

Dalam bab yang pertama ini terdapat tujuh bagian yang dibahas. Tujuh bagian tersebut terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian secara akademis dan manajerial, serta sistematika penelitian.

1.1 Latar Belakang Masalah

Di berbagai negara berkembang termasuk Indonesia, sektor pariwisata memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara (Hariyani, 2018). Masuknya wisatawan memiliki dampak yang besar terhadap perekonomian Indonesia. Pariwisata telah menjadi sumber pendapatan yang signifikan, berkontribusi terhadap pendapatan devisa dan merangsang pertumbuhan ekonomi (Ernawati, 2019). Hal ini dapat dilihat melalui data dari *Tourism Satellite Account* yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berkaitan dengan kontribusi serta nilai ekonomi sektor pariwisata di Indonesia terhadap angka PDB (Produk Domestik Bruto) (Santika, 2023). Dapat dilihat pada Gambar 1.1, di tahun 2018 nilai ekonomi pariwisata berada di angka Rp 729 triliun dengan kontribusi sebanyak 4,91 persen terhadap nilai PDB Indonesia. Sampai pada tahun 2019, nilai ekonominya sudah mencapai Rp786,3 triliun serta kontribusinya sudah hampir menyentuh angka 5% tepatnya berada di angka 4,97%. Tetapi, pada tahun 2020,

nilai ekonomi pariwisata menurun signifikan sampai mencapai angka Rp 346 triliun dengan kontribusi sebanyak 2.24 persen terhadap nilai PDB Indonesia. Pada tahun 2021, nilai kontribusinya mulai sedikit membaik menjadi 2.4% dan di tahun 2022 meningkat menjadi 3.6%.

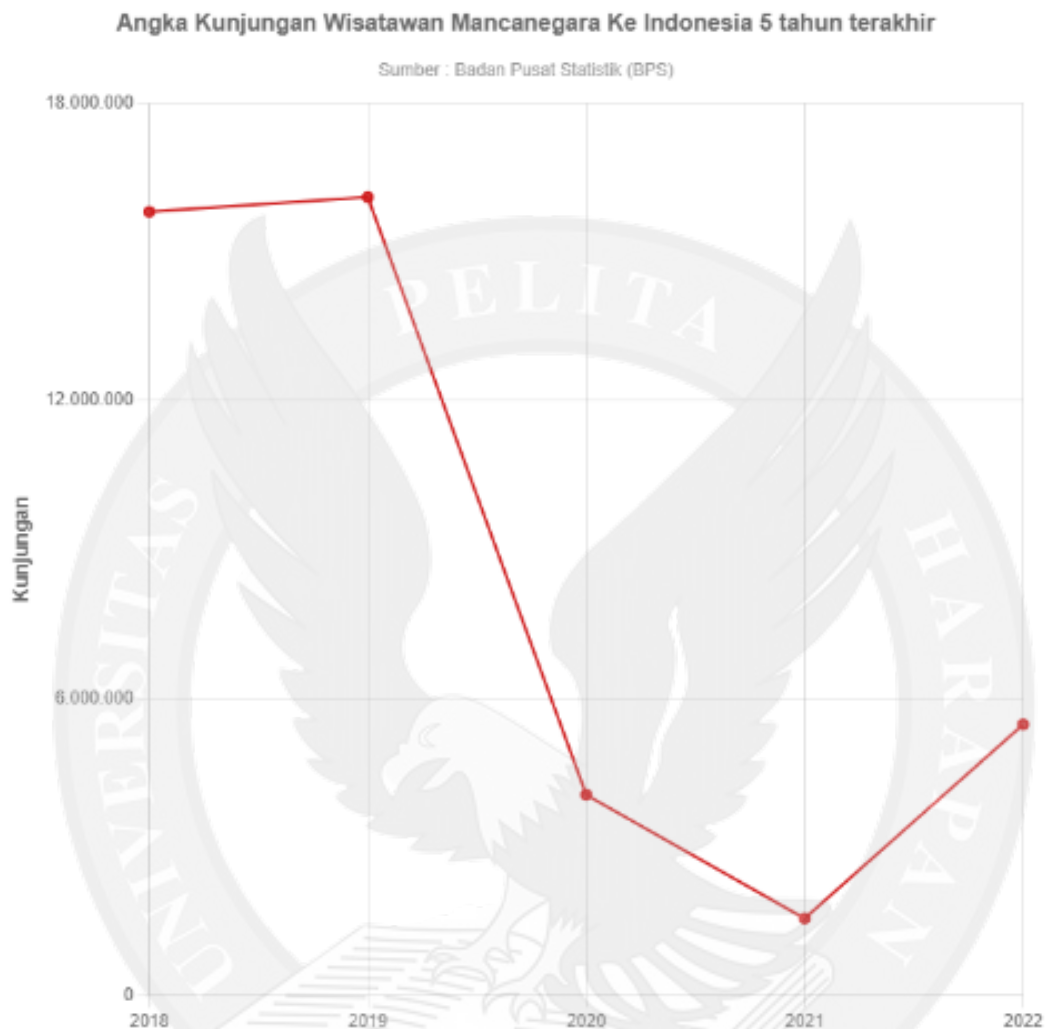


Gambar 1.1 Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB Indonesia/Tourism Direct Gross Domestic Product (2021-2022)

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2023

Akan tetapi, dalam beberapa tahun terakhir, sektor pariwisata Indonesia telah menghadapi banyak tantangan yang telah menghambat pertumbuhannya. Industri pariwisata telah dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 (Goodell, 2020). Jumlah kedatangan asing ke Indonesia berkurang secara signifikan karena pembatasan perjalanan internasional dan karantina wilayah yang diberlakukan oleh pemerintah untuk menghentikan penyebaran virus. Sektor pariwisata sangat terpengaruh oleh penutupan perbatasan dan penangguhan penerbangan, yang

mengakibatkan penurunan drastis dalam jumlah pengunjung (Fedyshyn & Maliuta, 2020).

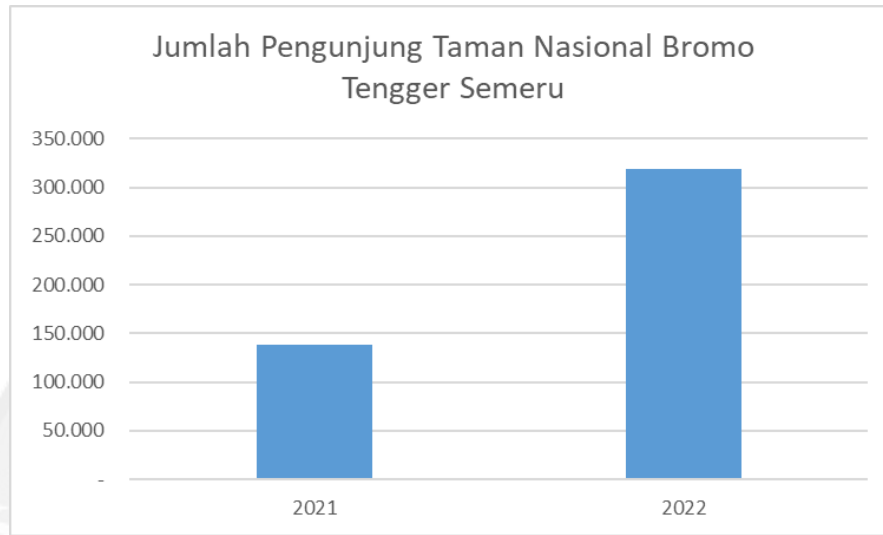


Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan grafik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (Gambar 1.2), dapat dilihat bahwa jumlah total kunjungan turis ke Indonesia pada tahun 2020 adalah sebesar 4.05 juta pengunjung (Javier, 2022). Namun pada tahun 2021 terjadi penurunan sebesar 61% menjadi 1.56 juta pengunjung. Penurunan tersebut merupakan efek langsung dari pandemi terhadap pola perjalanan global dan keengganan wisatawan untuk

melakukan perjalanan jarak jauh (Fedyshyn & Maliuta, 2020). Hal ini berdampak negatif terhadap perekonomian Indonesia karena pariwisata merupakan sumber penting dari pendapatan devisa dan kesempatan kerja.



Gambar 1.3 Jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan Gunung Bromo tahun 2021 & 2022

Sumber: Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BB TNBTS)

Tidak hanya pandemi, bencana alam juga menjadi ancaman lain bagi industri pariwisata Indonesia (May, 2020). Karena lokasinya, Indonesia rentan terhadap berbagai bahaya alam, seperti letusan gunung berapi, tsunami, dan gempa bumi. Kejadian ini dapat menyebabkan kerusakan besar pada tempat wisata, mengganggu rencana perjalanan, dan mengancam keselamatan pengunjung. Selain itu, pertumbuhan sektor ini dihalangi oleh kurangnya infrastruktur dan fasilitas yang memadai di beberapa tempat wisata (Endarwati et al., 2022). Meskipun Indonesia memiliki banyak keindahan alam dan budaya, beberapa daerah tertentu menghadapi masalah karena jaringan transportasi yang terbatas, akomodasi yang tidak cukup, dan sanitasi yang buruk. Pengalaman wisatawan secara keseluruhan dapat terganggu oleh kekurangan-kekurangan ini, yang dapat menghentikan

kunjungan berikutnya. Untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik destinasi wisata Indonesia, sangat penting untuk mengatasi kesenjangan infrastruktur ini.

Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (TNBTS) adalah tujuan wisata yang populer di Indonesia, terletak di Jawa Timur (Wulandari et al., 2021). Taman ini memiliki sejumlah gunung berapi aktif, serta pemandangan yang indah dan keanekaragaman hayati seperti yang terdapat pada Gambar 1.4. Daya tarik alam yang dimilikinya menarik sejumlah besar wisatawan domestik dan internasional setiap tahunnya. Fakta ini dapat dibuktikan oleh data yang dikeluarkan oleh Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (BB TNBTS) yang menunjukkan ada kenaikan jumlah pengunjung pada tahun 2022 dibandingkan dengan tahun 2021 (Febrianto, 2023). Pada Gambar 1.3, dapat dilihat bahwa pada tahun 2022, tercatat 318.919 orang mengunjungi Taman Nasional Bromo, yang terdiri dari 310.418 dari nusantara dan 8.501 dari luar negeri. Terjadi kenaikan yang signifikan dari tahun 2021 yang hanya sebanyak 138.935 pengunjung. Destinasi wisata nasional yang terletak di Jawa Timur ini juga termasuk salah satu yang memainkan peran penting dalam ekonomi lokal dan nasional (Joeliaty et al., 2021). Sarif Hidayat selaku Kepala Bagian Informasi, Evaluasi, dan Komunikasi Balai Besar TNBTS telah menyatakan bahwa kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Bromo Tengger Semeru telah menghasilkan Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) sebesar Rp11.65 miliar sepanjang tahun 2022 (antara Jatim). Nilai tersebut sangat tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya mencapai Rp4.85 miliar. Hal ini mungkin disebabkan oleh pandemi COVID-19 dan bencana alam yang juga berdampak pada Taman Nasional Bromo Tengger. Pada tahun 2020, taman ini

ditutup selama beberapa bulan karena pandemi. Pada tahun 2021, taman ini sebagian ditutup akibat letusan Gunung Semeru (Sunardi et al., 2020). Akan tetapi, destinasi wisata ini tetap memiliki potensi menarik lebih banyak pengunjung. Untuk mencapai tujuan ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru (Parmawati et al., 2020). Kepuasan wisatawan mengacu pada evaluasi keseluruhan pengalaman wisatawan di suatu tujuan, sementara loyalitas wisatawan merujuk pada niat untuk mengunjungi kembali tujuan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain (Lu et al., 2020). Baik kepuasan maupun loyalitas dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek.



Gambar 1.4 Keanekaragaman Hayati Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

Sumber: indonesiabaik.id

Keterlibatan wisatawan (*Tourist Engagement*) merupakan tingkat interaksi dan kontribusi yang dimiliki oleh wisatawan pada suatu tujuan (H. Lin et al., 2019). Yang termasuk dalam keterlibatan wisatawan yaitu berinteraksi dengan masyarakat setempat, berpartisipasi dalam acara budaya, dan tentunya menjelajahi keindahan alam taman. Wisatawan yang terlibat cenderung mengembangkan ikatan emosional dan memiliki pengalaman positif dengan tujuan wisata, yang berujung pada peningkatan kepuasan dan loyalitas. Sementara itu, ekuitas merek merupakan nilai yang ditambahkan merek ke produk atau layanan (Konecnik Ruzzier & Gartner, 2013). Dalam konteks Taman Nasional Bromo Tengger, ekuitas mereknya adalah persepsi Taman Nasional Bromo Tengger sebagai tujuan yang diinginkan dan unik. Ekuitas merek yang kuat meningkatkan reputasi Taman Nasional Bromo Tengger, memperkuat rekomendasi secara positif melalui mulut ke mulut, dan menarik lebih banyak wisatawan.

Sudah terdapat beberapa penelitian yang menginvestigasi pengaruh *Tourist Engagement* terhadap loyalitas dan niat untuk mengunjungi kembali wisatawan (Chen & Rahman, 2018; He et al., 2023; Shafiee et al., 2020; Vivek et al., 2012). Penelitian-penelitian tersebut telah menyelidiki konsep ini dari berbagai sudut pandang, seperti teori pemasaran hubungan dan perilaku organisasi (So, King, & Sparks, 2014; Taheri et al., 2014). Akan tetapi, tidak banyak penelitian yang telah menyelidiki keterlibatan konsumen/wisatawan dan operasionalisasinya. Misalnya (So et al., 2012), jurnal penelitian ini memodelkan keterlibatan konsumen sebagai konstruk reflektif tingkat kedua yang diukur melalui lima dimensi, yaitu identifikasi, antusiasme, perhatian, penyerapan, dan interaksi berdasarkan

perspektif psikologis dan perilaku. Sedangkan penelitian lain mengungkapkan keterlibatan wisatawan sebagai artefak, dan oleh karena itu memodelkannya sebagai konstruk komposit (Taheri et al., 2014).

Kemudian, hanya sedikit penelitian yang menginvestigasi pengaruh keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam konteks destinasi wisata nasional di Indonesia. Oleh sebab itu, perlu untuk menyelidiki variabel-variabel ini dalam konteks destinasi wisata nasional di Indonesia untuk memahami pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan. Penelitian ini menyelidiki efek keterlibatan wisatawan yang dimodelkan sebagai komposit tingkat kedua dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas dalam konteks Taman Nasional Bromo Tengger. Peran kepuasan sebagai mediator dalam hubungan antara keterlibatan wisatawan, ekuitas merek, dan loyalitas juga belum pernah diteliti. Padahal, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat esensial dalam menentukan loyalitas wisatawan, karena apabila wisatawan merasa puas maka mereka cenderung merekomendasikannya kepada orang lain dan mengunjungi tempat wisata tersebut kembali (Lu et al., 2020). Oleh sebab itu, sangat penting bagi Taman Nasional Bromo Tengger untuk memahami hubungan antara variabel-variabel ini dan peran mediasi kepuasan wisatawan. Penelitian ini menguji peran mediasi kepuasan wisatawan antara keterlibatan wisatawan dan loyalitas dan juga menyelidiki peran mediasi kepuasan wisatawan antara ekuitas merek dan loyalitas. Tujuannya adalah untuk membandingkan pentingnya efek langsung keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap loyalitas dengan efek tidak langsung melalui kepuasan.

1.2 Rumusan Masalah

Mengetahui bagaimana keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan merupakan hal yang sangat penting untuk manajemen taman nasional dan strategi pemasaran. Hal ini berguna untuk meningkatkan pengalaman pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Keterlibatan wisatawan merupakan tingkat interaksi dan ikatan emosional yang dimiliki oleh wisatawan dengan lokasi tertentu (Loureiro & Sarmento, 2019). Hal ini mencakup kegiatan seperti berpartisipasi dalam tur berpemandu, menjelajahi taman, dan berinteraksi dengan masyarakat setempat. Ekuitas merek, di sisi lain, mengacu pada nilai dan persepsi yang terkait dengan merek taman nasional (Majeed et al., 2021). Dengan menginvestigasi efek dari faktor-faktor ini terhadap kepuasan dan loyalitas, maka mereka dapat mengetahui aspek-aspek spesifik dari keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek yang berkontribusi terhadap pengalaman pengunjung yang positif. Selain itu, memahami aspek-aspek yang mendorong loyalitas wisatawan sangat penting untuk keberlanjutan jangka panjang Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Pengunjung yang loyal cenderung kembali mengunjungi taman nasional, menghabiskan lebih banyak waktu dan uang, dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Pinkus et al., 2016). Menyelidiki pengaruh keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap loyalitas dapat memberikan wawasan tentang strategi yang dapat diterapkan untuk menumbuhkan loyalitas di antara pengunjung. Akan tetapi, belum terdapat penelitian yang menginvestigasi pengaruh keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam konteks taman nasional di

Indonesia. (Hidayatullah et al., 2020) meneliti pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan pengunjung dari Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Namun, penelitian ini tidak meneliti dari sudut pandang keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Zhou & Yu, 2022) menunjukkan bahwa keterlibatan wisatawan memberikan efek positif tidak langsung terhadap loyalitas destinasi dengan menghasilkan nilai fungsional dan nilai emosional bagi wisatawan yang, pada gilirannya, meningkatkan kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi. Studi ini mengkonfirmasi peran partisipasi wisatawan dalam membentuk loyalitas terhadap suatu tujuan wisata, dilihat dari sudut pandang nilai yang dirasakan oleh wisatawan. Namun, objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kota Kuno Phoenix, yang terdapat di Tiongkok.

Karena adanya kesenjangan penelitian ini, maka masalah penelitian ini adalah: **Meneliti kontribusi keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam konteks taman nasional, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia.** Selain itu, peran kepuasan sebagai mediator dalam hubungan ini belum diinvestigasi dengan memadai. Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat mengatasi kesenjangan dalam literatur dengan menyelidiki efek langsung dan tidak langsung dari keterlibatan wisatawan dan ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas terhadap Taman Nasional Bromo Tengger.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- Seberapa besar keterlibatan wisatawan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

- Seberapa besar keterlibatan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
- Seberapa besar kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
- Seberapa besar kepuasan wisatawan memediasi positif hubungan antara keterlibatan wisatawan dan loyalitas?
- Seberapa besar kepuasan wisatawan memediasi positif hubungan antara ekuitas merek dan loyalitas?
- Seberapa besar ekuitas merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?
- Seberapa besar ekuitas merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru?

1.4 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif keterlibatan wisatawan terhadap kepuasan pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif keterlibatan wisatawan terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif kepuasan wisatawan terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- Untuk mengetahui seberapa besar peran mediasi kepuasan pada hubungan antara keterlibatan wisatawan dan loyalitas.

- Untuk mengetahui seberapa besar peran mediasi kepuasan pada hubungan antara ekuitas merek dan loyalitas.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif ekuitas merek terhadap kepuasan pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif ekuitas merek terhadap loyalitas pengunjung Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Oleh karena keterbatasan waktu dan populasi yang besar, peneliti harus membuat batasan dalam penelitian ini. Ruang lingkup masalah yang menjadi batasan penelitian ini yaitu:

- Penelitian ini hanya menyelidiki persepsi wisatawan lokal.
- Responden dari penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang berdomisili di Jabodetabek.
- Responden dari penelitian ini hanyalah orang-orang sudah pernah mengunjungi Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Berkaitan dengan hal ini, peneliti akan menyajikan pertanyaan filter dalam survey.
- Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel dari jurnal acuan dan satu variabel tambahan. Keempat variabel tersebut yaitu keterlibatan wisatawan, ekuitas merek, kepuasan, dan loyalitas.

- Penelitian ini menggunakan desain penelitian *cross-sectional* dan tidak menggunakan desain penelitian *longitudinal*.
- Penelitian ini hanya menguji sifat komposit dua dari *Tourist Engagement* dalam konteks Taman Nasional Bromo Tengger Semeru.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat dua jenis manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu manfaat akademis dan manfaat manajerial. Di bawah ini adalah pengejawantahan terkait manfaat dari penelitian yang dilakukan:

- **Manfaat Akademis**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat pada literatur akademik pariwisata dengan mengisi kesenjangan penelitian dalam menginvestigasi hubungan antara keterlibatan wisatawan, ekuitas merek, kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks destinasi wisata nasional di Indonesia. Dengan Taman Nasional Bromo Tengger sebagai objek penelitiannya, penelitian ini akan memberikan wawasan unik tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dalam konteks destinasi wisata nasional. Selain itu, temuan penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pengembangan teori konsep-konsep keterlibatan wisatawan, ekuitas merek, kepuasan, dan loyalitas. Dengan menyelidiki efek langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel ini, penelitian ini akan meningkatkan pemahaman pembaca tentang mekanisme dan dinamika yang

mendasari perilaku wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Bromo Tengger.

- **Manfaat Manajerial**

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak manajerial dari Taman Nasional Bromo Tengger maupun destinasi wisata nasional lainnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak manajerial dari Taman Nasional Bromo Tengger dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengunjung. Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong keterlibatan, para pengelola dapat merancang dan mempromosikan kegiatan yang mendorong wisatawan untuk berpartisipasi aktif dan berinteraksi dengan destinasi, yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas.

Penelitian ini juga dapat menambah pengetahuan terkait kontribusi ekuitas merek dalam memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan. Para pengelola dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan strategi *branding* efektif yang menyoroti atribut unik dan nilai dari Taman Nasional Bromo Tengger itu sendiri. Dengan meningkatkan ekuitas merek mereka, pengelola dapat menarik semakin banyak pengunjung dan memupuk rekomendasi positif melalui mulut ke mulut, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan serta manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi pembangunan berkelanjutan Taman Nasional Bromo Tengger maupun destinasi wisata serupa

lainnya. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan, pengelola destinasi dapat menerapkan strategi yang mengedepankan pelestarian jangka panjang sumber daya alam dan budaya taman. Contoh praktisnya seperti mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan membangun relasi yang positif dengan penduduk sekitar.

1.7 Sistematika Penelitian

Secara garis besar, penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis dan ringkas. Bab-bab tersebut meliputi pendahuluan, tinjauan literatur, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran. Berikut adalah penjelasan sederhana tentang konten masing-masing bab:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang penelitian, termasuk latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kontribusi dari penelitian ini baik secara akademis maupun manajerial dalam konteks destinasi pariwisata nasional Taman Nasional Bromo Tengger. Pendahuluan juga mencakup batasan penelitian serta sistematika setiap bab yang ada di penelitian ini.

BAB 2: TINJAUAN LITERATUR

Bab ini membahas literatur dan penelitian terkait yang relevan dengan topik penelitian. Tinjauan literatur memberikan pemahaman yang komprehensif tentang konsep-konsep kunci, teori-teori, dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan keterlibatan wisatawan, ekuitas merek, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks

destinasi wisata nasional. Hal ini membantu menyusun hipotesis yang diterapkan pada penelitian ini.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini membahas desain penelitian dan langkah-langkah metodologi yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut meliputi pembahasan terkait pendekatan penelitian, pemilihan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan. Bab ini juga menjelaskan bagaimana data dikumpulkan dan diolah untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang telah diperoleh dari jawaban responden. Hasil penelitian ini diolah dan dijelaskan secara rinci. Selanjutnya, hasil tersebut dianalisis dan setiap hipotesis akan diuji. Pembahasan ini membantu menginterpretasikan hasil penelitian dan menemukan implikasi praktisnya.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini memberikan ringkasan dari keseluruhan penelitian, termasuk simpulan utama yang diambil dari hasil penelitian. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran praktis untuk penelitian selanjutnya atau perbaikan dalam konteks pengelolaan destinasi pariwisata seperti Taman Nasional Bromo Tengger berdasarkan temuan penelitian.