BAB I

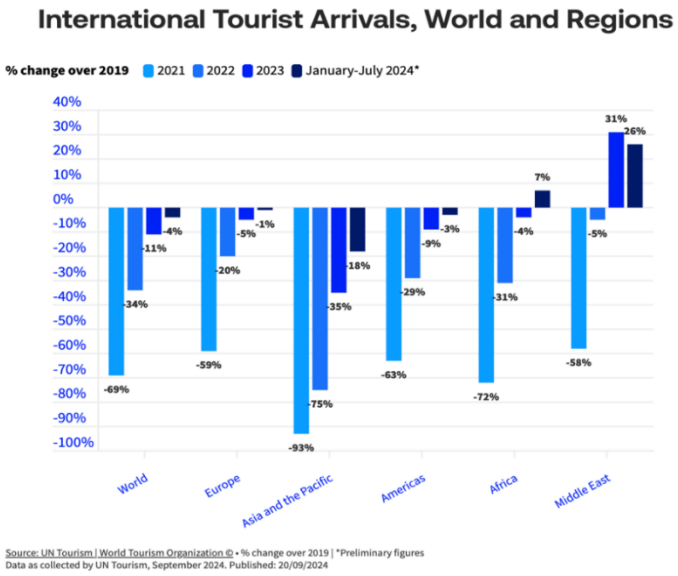
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemulihan ekonomi global pasca pandemi COVID-19 menunjukkan perkembangan positif, terutama di sektor pariwisata. Menurut *International Monetary Fund* (IMF, 2023), pertumbuhan ekonomi global diproyeksikan mencapai 2,9% pada tahun 2024, didorong oleh pemulihan industri jasa dan meningkatnya mobilitas masyarakat. Sektor pariwisata, sebagai salah satu penopang ekonomi utama, turut mengalami rebound signifikan. Berdasarkan laporan *World Tourism Organization* (UNWTO, 2024) pendapatan global dari pariwisata internasional pada 2023 telah menyentuh USD 1,8 triliun, menandai pemulihan ke level pra-pandemi.

Seiring meningkatnya mobilitas wisatawan, preferensi konsumen juga mengalami pergeseran. Wisatawan kini tidak hanya mencari perjalanan, tetapi menginginkan pengalaman emosional, estetis, dan bermakna. Fenomena ini memperkuat tren *experience economy*, di mana pengalaman menjadi produk utama (Pine & Gilmore, 2019). Salah satu sektor yang mengakomodasi tren ini dengan baik adalah cruise tourism, yang telah mengalami pertumbuhan pesat dalam dekade terakhir. *Cruise Lines International Association* (CLIA, 2024) mencatat bahwa jumlah kapal pesiar yang beroperasi secara global diperkirakan akan meningkat dari 264 pada 2018 menjadi lebih dari 470 pada 2027, mencerminkan permintaan tinggi

terhadap pengalaman pelayaran yang mewah dan personal.



Gambar 1.1 Tren Peningkatan Pendapatan Pariwisata

Sumber: unwto.org

Gambar 1.1 (UNWTO, 2024) memperlihatkan tren peningkatan pendapatan pariwisata global sejak pandemi, menandai pentingnya pemulihan industri wisata sebagai indikator kesehatan ekonomi dunia.

Dalam konteks Indonesia, Bali menempati posisi strategis sebagai pusat destinasi wisata internasional, termasuk dalam sektor *cruise tourism*. Bali menyambut lebih dari 6 juta wisatawan internasional setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2024). Peningkatan ini diperkuat oleh kehadiran *short cruise* seperti *sunset cruise*, yang menjadi alternatif baru dalam menikmati keindahan pulau dari perspektif laut. *Sunset cruise* menawarkan pengalaman berlayar singkat tanpa menginap, biasanya berdurasi 3–4 jam, disertai hiburan langsung, pemandangan matahari terbenam, dan layanan premium.

Untuk mendukung pertumbuhan ini, pemerintah Indonesia melalui Pelindo

membangun *Bali Maritime Tourism Hub* (BMTH) di Pelabuhan Benoa. Proyek ini bertujuan menjadikan Bali sebagai *homeport* bagi kapal pesiar internasional serta memperkuat infrastruktur pelabuhan untuk menunjang pariwisata berkelanjutan (Pelindo, 2023).

Gambar 1.2 menampilkan visualisasi proyek *Bali Maritime Tourism Hub* yang mencerminkan keseriusan pemerintah dalam menjadikan Benoa sebagai hub utama pariwisata kapal pesiar di Asia Tenggara.

Gambar 1.2 Visualisasi Proyek Bali Maritime Tourism Hub
Sumber: yachtsourcing.com

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan peluang ini adalah The Shivanna, sebuah kapal pesiar mewah bergaya Phinisi yang beroperasi dari Pelabuhan Benoa. Dikelola oleh PT Simpson Barr Solutions, The Shivanna menawarkan *Sunset Cocktail Cruise,* yaitu perjalanan berlayar singkat yang menggabungkan keindahan laut Bali dengan hiburan langsung, makanan berkualitas, dan suasana estetis yang menawan (The Shivanna, 2024).

Gambar 1.3 The Shivanna Cruise
Sumber: theshivanna.com

Gambar 1.3 menunjukkan kapal The Shivanna Cruise yang menonjolkan elemen estetika melalui desain tradisional-modern dan struktur *open deck* sebagai fitur utama daya tariknya.

Paket sunset cruise ini memberikan pengalaman menyeluruh: tamu disambut dengan koktail, dihibur oleh live DJ dan pertunjukan seni, serta disuguhi BBQ berkualitas. Tersedia pula opsi VIP untuk pengalaman eksklusif dengan harga mulai dari IDR 7,2 juta untuk empat orang.

Dalam konteks ini, penelitian ini mengkaji berbagai dimensi pengalaman wisata yang disediakan The Shivanna dan bagaimana dimensi tersebut membentuk loyalitas penumpang.

Esthetic experience dalam pariwisata mengacu pada stimulasi sensorik yang mencakup desain visual, atmosfer, serta keindahan lingkungan fisik yang dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi (Tsaur & Lo, 2020). Pada layanan The Shivanna, aspek ini dapat diamati dari desain kapal yang mengusung nuansa Phinisi, penggunaan bahan kayu dan rotan, pencahayaan ambient, serta dekorasi interior yang menciptakan suasana romantis. Penataan estetika tersebut berpotensi memberikan pengalaman emosional yang khas bagi

wisatawan, dan menjadi elemen pembeda dari penyedia pelayaran wisata lainnya.

Educational experience didefinisikan sebagai aktivitas dalam pariwisata yang memberikan wawasan baru kepada wisatawan melalui proses pembelajaran yang bersifat reflektif dan informatif (Gossling, 2018). Dalam konteks The Shivanna, unsur edukatif dapat ditelusuri melalui narasi sejarah yang disampaikan oleh kru, pengetahuan tentang budaya Bali yang ditampilkan dalam pertunjukan seni, hingga simbolisme desain kapal. Meskipun bersifat pasif, informasi tersebut dapat membentuk pemahaman wisatawan terhadap nilai-nilai budaya lokal.

Entertainment experience berfokus pada elemen hiburan yang menyenangkan dan menciptakan keterlibatan emosional selama aktivitas wisata berlangsung (Segupta & Mukherji, 2021). The Shivanna menyuguhkan berbagai bentuk hiburan seperti *DJ performance, live music*, dan pertunjukan seni yang diadakan selama pelayaran. Aktivitas-aktivitas ini dapat menjadi bagian penting dari pengalaman yang membentuk kesan positif dan berpotensi memperkuat interaksi sosial antar penumpang (Wondirad & Eide, 2019).

Escapism dipahami sebagai kebutuhan psikologis untuk melepaskan diri dari rutinitas melalui pengalaman wisata yang berbeda dari kehidupan sehari-hari (W. Zhang & Lee, 2022). Wisatawan yang mengikuti pelayaran The Shivanna mungkin merasakan suasana tenang, pemandangan laut terbuka, serta waktu yang lebih santai sebagai cara untuk menciptakan jarak emosional dari tekanan pekerjaan dan rutinitas. Fenomena ini dapat ditelusuri melalui perasaan relaksasi, kehilangan rasa waktu, atau keterlibatan emosional dalam suasana kapal.

Perceived quality adalah persepsi subjektif wisatawan mengenai keunggulan atau mutu suatu layanan, yang biasanya dipengaruhi oleh aspek kenyamanan, keramahan staf, fasilitas, serta kemudahan dalam proses reservasi ((Li et al., 2021). Pada pelayaran The Shivanna, penilaian terhadap kualitas layanan dapat mencakup tanggapan terhadap makanan dan minuman, kebersihan kapal, keramahan awak kapal, serta efisiensi layanan selama proses keberangkatan dan kembali. Hal-hal tersebut dapat menjadi faktor penting yang membentuk persepsi wisatawan secara keseluruhan.

Agentic feeling mencerminkan perasaan otonomi, kontrol, dan kebebasan yang dirasakan oleh individu dalam menentukan pengalaman mereka sendiri (Deci & Ryan, 2000). Dalam konteks pelayaran wisata, *agentic feeling* dapat timbul ketika wisatawan memiliki kebebasan dalam memilih aktivitas, menentukan spot favorit, atau berpartisipasi dalam hiburan tertentu sesuai preferensi. Kebebasan semacam ini memungkinkan terbentuknya perasaan bahwa pengalaman yang dirasakan adalah hasil pilihan pribadi.

Passenger loyalty menggambarkan kecenderungan wisatawan untuk tetap menggunakan layanan yang sama di masa depan serta merekomendasikannya kepada orang lain (Oliver, 2015). Loyalitas penumpang pada The Shivanna dapat diamati melalui niat untuk kembali menggunakan layanan pelayaran tersebut, mengajak rekan atau keluarga, atau membagikan ulasan positif di media sosial. Hal ini bisa menjadi refleksi dari keseluruhan pengalaman yang dirasakan selama pelayaran.

Berbagai studi menunjukkan hubungan yang signifikan antara dimensi pengalaman wisata dengan aspek psikologis wisatawan dan loyalitas mereka terhadap destinasi. *Entertainment* sebagai elemen pengalaman terbukti memiliki pengaruh positif terhadap munculnya *escapism,* yaitu keadaan psikologis di mana wisatawan merasa terbebas dari tekanan sehari-hari (Vo Thanh & Zhang, 2021). Sementara itu, *educational experience* memiliki peran penting dalam membangun *escapism* yang reflektif, dengan memberikan pengalaman bermakna yang memperkaya wawasan wisatawan (Haievska et al., 2023). Dalam hal estetika, *esthetic experience* terbukti memberikan kontribusi kuat terhadap *escapism* karena kemampuannya menciptakan keterlibatan emosional dan suasana sensorik yang mendalam (Wondirad & Eide, 2019). Ketiga elemen tersebut membentuk escapism, yang selanjutnya berpengaruh terhadap *perceived quality*, yaitu persepsi wisatawan terhadap mutu layanan secara keseluruhan (Hung et al., 2020). *Escapism* menciptakan perasaan nyaman dan menyenangkan, yang dapat meningkatkan persepsi terhadap kualitas pengalaman. Lebih lanjut, *perceived quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *passenger loyalty* karena persepsi positif terhadap layanan mendorong niat untuk kembali menggunakan layanan yang sama (Ali et al., 2021). Selain itu, *escapism* juga ditemukan dapat mendorong terbentuknya *agentic feeling*, yakni perasaan kontrol dan kepemilikan atas pengalaman pribadi yang memperkuat keterlibatan emosional wisatawan (Biswas et al., 2020). Pada akhirnya*, agentic feeling* juga memengaruhi *passenger loyalty*, karena wisatawan yang merasa memiliki pengalaman yang otonom dan bermakna cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi (Bao et al., 2021).

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas hubungan antar variabel tersebut secara individual, sebagian besar dilakukan pada konteks umum atau destinasi wisata berbasis darat. Studi oleh Lyu et al. (2022) yang menjadi acuan utama skripsi ini, menyelidiki struktur pengalaman wisatawan kapal pesiar di China, tetapi belum secara eksplisit mengkaji *agentic feeling* dan *escapism* sebagai mediator dalam hubungan antara pengalaman wisata dan loyalitas pelanggan. Selain itu, studi serupa seperti The Shivanna Cruise di Bali masih sangat terbatas, sehingga terdapat gap dalam konteks geografis dan pendekatan variabel yang digunakan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur dengan menguji keterkaitan antara dimensi pengalaman wisata, *escapism, perceived quality, agentic feeling,* dan *passenger loyalty* secara komprehensif dalam konteks *short cruise tourism* di Indonesia.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan-batasan tertentu guna memastikan ruang lingkup yang terfokus dan relevan terhadap tujuan penelitian. Adapun batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wilayah Penelitian: Penelitian ini dibatasi pada wilayah Bali, dengan fokus khusus pada layanan *short cruise* yang ditawarkan oleh The Shivanna Cruise. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan Bali sebagai destinasi utama wisata laut di Indonesia dan representasi nyata dari fenomena peningkatan wisata kapal pesiar singkat.
2. Objek Penelitian: Penelitian difokuskan pada pengaruh dimensi pengalaman

wisata seperti *esthetic experience*, *entertainment,* dan *educational experience* terhadap *escapism*, serta bagaimana escapism tersebut membentuk persepsi kualitas *(perceived quality)* dan perasaan agensik *(agentic feeling)* yang pada akhirnya memengaruhi *passenger loyalty*. Objek ini dipilih untuk menjelaskan keterkaitan psikologis dan perilaku wisatawan dalam konteks pelayaran singkat.

3. Subjek atau Responden: Subjek penelitian adalah individu yang telah memiliki pengalaman langsung sebagai penumpang dalam layanan *Sunset Cocktail Cruise* oleh The Shivanna. Responden akan dipilih dari kelompok usia minimal 18 tahun, tanpa batasan jenis kelamin, dan berasal dari berbagai latar belakang, sesuai dengan demografi wisatawan kapal pesiar yang aktual.
4. Periode Penelitian: Pengumpulan data dilakukan dalam periode tertentu pada tahun 2024, dengan mempertimbangkan kemungkinan variasi tren wisata yang bersifat musiman. Oleh karena itu, hasil penelitian ini merefleksikan kondisi perilaku konsumen dalam kerangka waktu spesifik, yang mungkin tidak berlaku secara general sepanjang tahun.

Dengan batasan-batasan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terfokus, sekaligus kontribusi praktis dalam mengembangkan strategi pengalaman pelanggan dan peningkatan loyalitas dalam konteks wisata kapal pesiar singkat di Bali.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Apakah *Entertainment* berpengaruh terhadap *Escapism* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
2) Apakah *Education* berpengaruh terhadap *Escapism* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
3) Apakah *Esthetics* berpengaruh terhadap *Escapism* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
4) Apakah *Escapism* berpengaruh terhadap *Perceived Quality* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
5) Apakah *Escapism* berpengaruh terhadap *Agentic Feeling* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
6) Apakah *Perceived Quality* berpengaruh terhadap *Passanger Loyalty* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?
7) Apakah *Agentic Feeling* berpengaruh terhadap *Passanger Loyalty* pada penumpang Shivanna Cruise Bali?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Menilai pengaruh *Entertainment* terhadap *Escapism* pada penumpang

Shivana Cruise Bali

2) Menilai pengaruh *Education* terhadap *Escapism* pada penumpang Shivana Cruise Bali
3) Menilai pengaruh *Esthetic* terhadap *Escapism* pada penumpang Shivana Cruise Bali
4) Menilai pengaruh *Escapism* terhadap *Perceived Quality* pada penumpang Shivanna Cruise Bali.
5) Menilai pengaruh *Escapism* terhadap *Agentic Feeling* pada penumpang ShivannaCruise Bali.
6) Menilai pengaruh *Perceived Quality* terhadap *Passenger Loyalty* pada penumpang Shivanna Cruise Bali.
7) Menilai pengaruh *Agentic Feeling* terhadap *Passenger Loyalty* pada penumpangShivanna Cruise Bali.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian teoritis mengenai perilaku konsumen dalam konteks pariwisata kapal pesiar singkat. Secara khusus, penelitian ini memperluas pemahaman tentang hubungan antar variabel pengalaman wisata (*esthetic, entertainment, education), escapism, perceived quality, agentic feeling*, dan *passenger loyalty*. Model yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat menjadi acuan atau kerangka awal bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi aspek psikologis dan perilaku pelanggan dalam

industri pariwisata berbasis pengalaman. Selain itu, hasil empiris dari penelitian ini dapat memperkaya literatur yang masih terbatas mengenai loyalitas pelanggan dalam konteks pelayaran jangka pendek di kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia.

b. Manfaat Praktis:

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan yang berguna bagi manajemen **The Shivanna Cruise Bali** dalam meningkatkan kualitas layanan dan strategi pengelolaan pengalaman penumpang. Dengan mengetahui variabel-variabel yang secara signifikan memengaruhi *escapism* dan loyalitas, manajemen dapat lebih fokus dalam merancang program pelayaran, termasuk penguatan elemen estetika, penyempurnaan konten hiburan, dan pengembangan interaksi pelanggan yang mendukung perasaan kontrol *(agentic feeling)*. Selain itu, temuan ini dapat digunakan untuk merancang pelatihan karyawan yang berbasis pada pemahaman pengalaman pelanggan, guna meningkatkan nilai emosional dan fungsional dalam layanan. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing bisnis dalam industri pelayaran wisata di Bali.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang industri pariwisata kapal pesiar di Balidan pertumbuhannya, serta mempertimbangkan pentingnya penelitian tentang

faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas penumpang kapal pesiar. Melalui rangkuman latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, bab ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal tentang konteks penelitian dan relevansinya dalam industri pariwisata kapal pesiar di Bali.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan membahas konsep dasar yang relevan dengan penelitian, termasuk kualitas layanan, perasaan agensik, *entertainment, education*, estetika, dan *escapism*. Selain itu, bab ini juga memberikan tinjauan literatur terkait yang mencakup penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Ini bertujuan untuk memperluas pemahaman tentang kerangka teoritis dan penelitian terkait yang mendukung landasan penelitian saat ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode Penelitian menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, termasuk survei atau wawancara, serta teknik pengambilan sampel yang diterapkan pada populasi penelitian. Selain itu, bab ini menguraikan instrumen-instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data, seperti kuesioner atau wawancara terstruktur, serta prosedur pengumpulan data yang mencakup waktu dan lokasi pengumpulan data. Terakhir, bab ini juga memaparkan metode analisis data yang akan digunakan untuk mengolah hasil penelitian yang telah terkumpul.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Pembahasan memberikan ringkasan tentang karakteristik data yang dikumpulkan dari responden, termasuk hasil analisis data untuk setiap variabel yang diteliti beserta interpretasinya. Selain itu, bab ini juga menampilkan diskusi

mendalam mengenai implikasi hasil penelitian dan hubungannya dengan teori serta penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Penutup memberikan ringkasan singkat tentang temuan utama dan kesimpulan penelitian, diikuti oleh diskusi mengenai implikasi praktis dan teoritis dari hasil penelitian. Selain itu, bab ini juga mencakup rekomendasi untuk penelitian selanjutnya atau tindakan praktis berdasarkan temuan penelitian ini.