

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi global. Menurut laporan Amani (2024), sektor pariwisata menyumbang sekitar 10% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) global serta menyerap lebih dari 330 juta tenaga kerja di seluruh dunia. Selain berperan sebagai penggerak ekonomi, pariwisata juga menjadi sarana penting dalam mendorong pertukaran budaya dan interaksi lintas negara. Indonesia sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam dan budaya yang beragam menempatkan sektor pariwisata sebagai salah satu prioritas utama dalam pembangunan nasional. Sulistyafani & Sastrawan (2021). Salah satu provinsi yang secara konsisten menjadi tujuan utama wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara, adalah Provinsi Bali. Yang kerap dikenal juga dengan julukan pulau seribu pura Mahardika *et al.* (2021).

Tabel 1.1
Kunjungan Wisatawan ke Bali Tahun 2022–2024

Tahun	Wisatawan Domestik	Pertumbuhan	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan
2022	8.052.974	-	2,155.747	-
2023	9.877.911	22,66%	5.273.258	144,61%
2024	10.120.786	2,46%	6.333.360	20,10%

(Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali 2024)

Data kunjungan wisatawan ke Bali pada periode 2022–2024 menunjukkan bahwa sektor pariwisata Bali terus mengalami pemulihan dan pertumbuhan yang positif, baik dari segmen wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Peningkatan jumlah kunjungan ini mencerminkan masih kuatnya daya tarik Bali sebagai destinasi wisata unggulan, tidak hanya bagi pasar domestik tetapi juga di tingkat internasional. Meskipun demikian, jika ditinjau lebih lanjut berdasarkan karakteristik pertumbuhannya, terlihat adanya perbedaan pola yang cukup signifikan antara wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Wisatawan domestik menunjukkan pola pertumbuhan yang relatif lebih stabil dari tahun ke tahun, seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat dalam negeri serta kemudahan akses perjalanan antarwilayah. Sebaliknya, pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara cenderung bersifat fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal. Pada tahun 2022, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tercatat sebanyak 2.155.747 kunjungan. Angka ini kemudian mengalami peningkatan yang sangat signifikan pada tahun 2023 menjadi 5.273.258 kunjungan, seiring dengan pelonggaran kebijakan perjalanan internasional dan pemulihan aktivitas pariwisata global. Tren peningkatan tersebut berlanjut pada tahun 2024 dengan total kunjungan mencapai 6.333.360 wisatawan mancanegara, meskipun dengan laju pertumbuhan yang lebih moderat dibandingkan tahun sebelumnya.

Fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tersebut menunjukkan bahwa segmen ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan wisatawan domestik, baik dari sisi motivasi perjalanan, pola konsumsi wisata, maupun sensitivitas terhadap kondisi global. Meskipun jumlah kunjungannya lebih mudah dipengaruhi oleh faktor eksternal, wisatawan mancanegara tetap memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan pariwisata Bali. Hal ini disebabkan oleh peran wisatawan mancanegara dalam membentuk citra destinasi Bali di

tingkat internasional, yang tidak hanya berdampak pada reputasi destinasi, tetapi juga berpengaruh terhadap keputusan wisatawan lain untuk berkunjung.

Selain itu, wisatawan mancanegara umumnya memiliki karakteristik perjalanan yang berbeda, seperti lama tinggal yang relatif lebih panjang serta tingkat pengeluaran yang lebih tinggi dibandingkan wisatawan domestik. Kondisi ini menjadikan wisatawan mancanegara sebagai segmen yang tidak hanya penting dari sisi kuantitas kunjungan, tetapi juga dari sisi kualitas pengalaman wisata yang terbentuk selama berada di destinasi. Pengalaman wisata yang dirasakan secara lebih intens dan mendalam tersebut berpotensi kuat mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap citra destinasi, serta membentuk sikap dan niat mereka untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang.

Kabupaten Buleleng merupakan salah satu wilayah di Provinsi Bali yang memiliki potensi pariwisata yang besar dan beragam, meliputi wisata alam, budaya, serta wisata bahari. Berbeda dengan kawasan Bali Selatan yang didominasi oleh pariwisata massal dan aktivitas komersial berskala besar, Buleleng menawarkan suasana destinasi yang lebih tenang, alami, dan autentik. Karakter ini menjadikan Buleleng sebagai destinasi alternatif yang menarik bagi wisatawan mancanegara yang cenderung mencari pengalaman wisata yang berbeda, lebih mendalam, dan berbasis pada keunikan lokal, Salsabila *et al.*(2025) di mana pengembangan pariwisata berbasis ekowisata dinilai mampu menjaga kelestarian alam sekaligus meningkatkan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat.

Salah satu daya tarik utama pariwisata di Kabupaten Buleleng adalah wisata pantai. Wilayah pesisir Buleleng memiliki sejumlah destinasi pantai dengan

karakteristik yang beragam, seperti Pantai Lovina, Pantai Penimbangan, Pantai Kerobokan, dan Taman Laut Pemuteran.

Tabel 1.2
Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2024 Pada Destinasi Pantai di Buleleng

	Destinasi	Wisatawan Mancanegara
1	Pantai Lovina	127.873
2	Taman Laut Pemuteran	3623
3	Taman Laut Desa Les	579
4	Pantai penimbangan	251

(Sumber: Dinas Pariwisata Buleleng 2025)

Di antara destinasi diatas, Pantai Lovina menempati posisi yang paling dominan dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara. Data kunjungan tahun 2024 menunjukkan bahwa Pantai Lovina mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tertinggi dibandingkan kawasan wisata bahari lainnya di Kabupaten Buleleng, yaitu sebanyak 127.873 kunjungan atau sekitar 96,6% dari total kunjungan wisatawan mancanegara ke destinasi pantai di wilayah tersebut. Dominasi ini menegaskan peran Pantai Lovina sebagai ikon pariwisata Bali Utara sekaligus destinasi yang relevan untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks perilaku wisatawan mancanegara.

Pantai Lovina yang terletak di Desa Kalibukbuk, Bali Utara, dikenal memiliki daya tarik yang khas dan berbeda dibandingkan dengan pantai-pantai lain di Bali. Atraksi utama berupa wisata pengamatan lumba-lumba di habitat alamnya pada pagi hari, panorama matahari terbit, suasana pantai yang relatif tenang, serta interaksi dengan masyarakat lokal menjadi elemen penting yang membentuk pengalaman wisatawan. Karakteristik destinasi ini sangat sesuai dengan preferensi wisatawan mancanegara yang umumnya memiliki kecenderungan untuk tinggal

lebih lama dan terlibat dalam berbagai aktivitas wisata, sehingga memungkinkan terbentuknya pengalaman wisata yang lebih mendalam dan komprehensif.

Tabel 1.3
Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Lovina Januari-Juni 2025

2025	Wisatawan Mancanegara	Pertumbuhan
Januari	42.589	-
Februari	43.251	1.55%
Maret	39.412	-8.88%
April	44.905	13.94%
Mei	56.362	25.51%
Juni	49.822	-11.60%
Total	276.341	

(Sumber: Dinas Pariwisata Buleleng 2025)

Data kunjungan wisatawan ke Pantai Lovina pada periode Januari hingga Juni 2025 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara mencapai 276.341 kunjungan. Pola kunjungan wisatawan mancanegara cenderung fluktuatif dari bulan ke bulan, dengan puncak kunjungan terjadi pada bulan Mei yang bertepatan dengan periode libur dan momentum perjalanan internasional mencatatkan 56.362. Meskipun mengalami fluktuasi, secara kumulatif angka kunjungan tersebut menunjukkan bahwa Pantai Lovina tetap memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan mancanegara. Kondisi ini mengindikasikan pentingnya pengelolaan destinasi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan awal, tetapi juga pada upaya mempertahankan wisatawan agar memiliki niat untuk kembali berkunjung.

Berdasarkan ulasan daring wisatawan pada *platform* Google Review (2025), Pantai Lovina memperoleh *rating* sebesar 4,3 dari 5 bintang berdasarkan 1.637 ulasan pengunjung. Sebagian besar wisatawan memberikan penilaian positif terhadap keindahan alam, suasana pantai, serta pengalaman menyaksikan lomba-

lumba secara langsung di habitat alaminya. Namun demikian, beberapa wisatawan juga memberikan kritik terkait fasilitas pendukung, kebersihan, serta pengelolaan destinasi wisata. Temuan serupa juga di temukan pada *website* Tripadvisor yang menunjukkan bahwa Pantai Lovina memiliki peringkat rata-rata sebesar 3,5 dari 5 bintang berdasarkan 1.607 ulasan pengunjung. Dari total ulasan tersebut, sebanyak 433 ulasan memberikan penilaian luar biasa dan 459 ulasan termasuk kategori sangat bagus. Akan tetapi, terdapat pula wisatawan yang memberikan penilaian kurang positif, yaitu 371 ulasan dalam kategori biasa, 183 ulasan kategori buruk, serta 161 ulasan kategori sangat buruk (Tripadvisor, 2025).

Observasi langsung juga dilakukan terhadap 10 orang wisatawan yang telah berkunjung ke Pantai Lovina, Buleleng, diperoleh gambaran awal mengenai alasan mereka ingin kembali atau tidak kembali ke destinasi tersebut. Dari hasil wawancara singkat, sebanyak tujuh orang responden menyatakan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke Lovina. Sebagian besar dari mereka mengungkapkan bahwa suasana Pantai Lovina yang tenang dan damai menjadi daya tarik utama yang mendorong niat kunjungan ulang. Selain itu, daya tarik lumba-lumba di pagi hari, keindahan alam yang masih asri, keramahan masyarakat lokal, serta harga makanan dan akomodasi yang terjangkau turut memperkuat minat mereka untuk kembali. Beberapa responden juga menyebutkan bahwa Pantai Lovina menawarkan suasana yang lebih autentik dan belum terlalu terkomersialisasi dibandingkan dengan destinasi wisata populer lainnya di Bali seperti Kuta atau Seminyak.

Namun, sebagian responden lainnya menyatakan keengganan mereka untuk kembali berkunjung ke Pantai Lovina. Beberapa di antaranya mengungkapkan

bahwa jarak tempuh yang cukup jauh dari Bandara Internasional Ngurah Rai menjadi salah satu faktor utama yang menyurutkan minat untuk melakukan kunjungan ulang. Selain itu, keterbatasan fasilitas umum, serta area istirahat seperti kursi yang kurang memadai, turut menjadi keluhan yang dirasakan selama kunjungan mereka. Tidak hanya itu, permasalahan kebersihan juga disoroti oleh responden, terutama pada area sungai yang terhubung ke pantai, di mana mereka mendapati kondisi air yang keruh. Oleh karena itu, dari hasil ulasan dan wawancara ditemukan bahwa meskipun Pantai Lovina memiliki sejumlah daya tarik seperti keberadaan lumba-lumba, suasana alam yang tenang, dan harga yang relatif terjangkau, kualitas pengalaman wisata yang dirasakan pengunjung masih beragam. Sebagian wisatawan mengapresiasi keindahan alam dan keramahan masyarakat lokal, namun sebagian lainnya mengeluhkan hal-hal seperti kebersihan pantai, minimnya fasilitas pendukung wisatawan, serta kualitas pelayanan dari operator tur lokal. Variasi ini mengindikasikan bahwa pengalaman wisatawan dan persepsi terhadap citra destinasi belum sepenuhnya konsisten, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi niat wisatawan untuk kembali berkunjung ke Pantai Lovina di masa mendatang. Ulasan ini menjadi penting untuk dianalisis lebih lanjut, karena dalam konteks pariwisata modern, pengalaman wisatawan dan citra destinasi yang terbentuk turut mempengaruhi niat berkunjung kembali

Ajzen (1991) melalui *Theory of Planned Behavior*, niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan ditentukan oleh tiga komponen utama, yaitu *attitude toward the behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Komponen pertama, *attitude toward the behavior*, merupakan penilaian positif atau negatif seseorang terhadap suatu perilaku. Dalam penelitian ini, sikap positif

wisatawan terhadap berkunjung kembali ke Pantai Lovina dapat terbentuk dari citra destinasi yang baik serta pengalaman wisata yang menyenangkan, seperti pelayanan yang memuaskan, suasana pantai yang tenang, dan keunikan atraksi lumba-lumba. Komponen kedua, *subjective norm*, adalah persepsi mengenai dorongan atau tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Ulasan positif di media sosial, rekomendasi keluarga dan teman, serta reputasi Lovina sebagai destinasi tenang dan menarik dapat memperkuat norma subjektif wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Komponen ketiga, *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana seseorang merasa mudah atau sulit untuk melakukan suatu perilaku. Faktor seperti akses menuju Lovina, kenyamanan fasilitas, keamanan aktivitas wisata, dan keterjangkauan biaya akan mempengaruhi persepsi wisatawan. Semakin mudah mereka merasa untuk kembali, semakin kuat niat berkunjung kembali terbentuk.

Sulistiyanda *et al.* (2022) mendefinisikan niat berkunjung kembali sebagai tindakan yang terjadi sebagai respons pada suatu objek dan menyampaikan keinginan konsumen agar kembali. Niat berkunjung merepresentasikan loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, keberhasilan suatu destinasi tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan pertama, tetapi juga dari seberapa besar kemungkinan wisatawan untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Baker & Crompton, 2000), Sabrina *et al.* (2022) niat berkunjung kembali biasanya muncul karena adanya persepsi positif atau pengalaman terhadap daya tarik wisata

Citra destinasi merupakan salah satu faktor penting yang membentuk persepsi dan sikap wisatawan terhadap suatu tempat wisata. Hal ini terlihat dari

berbagai pandangan para ahli yang menekankan peran strategis citra dalam perilaku wisatawan. Sebagaimana dijelaskan oleh Annisa (2023) citra destinasi merupakan keyakinan atau pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Lebih lanjut, Masita *et al.* (2022) menambahkan bahwa citra destinasi memainkan peran penting dalam evaluasi perilaku atau perilaku perjalanan destinasi, niat untuk mengunjungi kembali, dan niat untuk berbagi dari mulut ke mulut. Penekanan terhadap pentingnya persepsi positif dari wisatawan juga ditekankan oleh Noerhanifati (2020) yang menyatakan bahwa citra destinasi tempat wisata akan memberikan kepercayaan dan pendapat wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali.

Pengalaman wisatawan merupakan salah satu elemen penting dalam membentuk persepsi dan niat perilaku wisatawan terhadap suatu destinasi. Pandangan dari beberapa peneliti menunjukkan bahwa pengalaman wisata tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan kognitif yang mendalam (Sulistiyanda *et al.*, 2022). Sulistiyanda *et al.* (2022) menjelaskan bahwa pengalaman wisatawan dimaknai sebagai keadaan mental subjektif yang dirasakan oleh peserta dan sebagai evaluasi subjektif individu atas peristiwa yang meliputi aspek afektif, kognitif dan perilaku. Selaras dengan hal tersebut, Masita *et al.* (2022) mengemukakan bahwa pengalaman wisatawan adalah perasaan atau emosi yang dirasakan wisatawan setelah menikmati destinasi wisata.

Pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali, secara empiris masih terdapat perdebatan karena hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda, ada yang menemukan pengaruh positif namun ada juga yang menunjukkan hasil negatif atau

tidak signifikan. Perbedaan temuan ini menimbulkan adanya gap atau kesenjangan dalam penelitian yang masih perlu dikaji lebih mendalam. Kondisi ini menjadi peluang penting untuk melakukan penelitian lanjutan dengan tujuan memahami hubungan antara citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Noerhanifati (2020) menyatakan bahwa baik citra destinasi maupun pengalaman berwisata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang. didukung oleh Annisa (2023) Hasilnya menunjukkan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali, Namun studi oleh Sulistyanda *et al.* (2022), di mana citra destinasi tidak mempengaruhi niat kunjungan ulang secara langsung, tetapi pengalaman berwisata mempengaruhi secara signifikan jika dimediasi oleh kepuasan. Selain itu, temuan oleh Sulistyanda *et al.* (2022) menyatakan pengalaman wisatawan tidak berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, masih ada beberapa perdebatan dan kesenjangan penelitian yang perlu dibahas dan diperlukan diteliti lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana citra destinasi dan pengalaman wisatawan dapat mempengaruhi niat berkunjung kembali di objek wisata Pantai Lovina. Permasalahan ini menjadi alasan utama pentingnya dilakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali ke Pantai Lovina.”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya fluktuasi jumlah kunjungan mancanegara ke Pantai Lovina pada bulan Januari hingga Juni 2025 yang menunjukkan pola tidak stabil, khususnya pada bulan Februari dan Mei 2025, yang diduga terjadi karena karakter pariwisata yang bersifat musiman
2. Pengalaman wisata yang dirasakan pengunjung di Pantai Lovina belum sepenuhnya berkesan dan konsisten, baik dari sisi pelayanan, fasilitas, maupun suasana destinasi, sehingga diduga belum mampu membentuk loyalitas dan keinginan kuat wisatawan untuk berkunjung kembali.
3. Terdapat kesenjangan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang terjadi di kawasan wisata pantai Lovina maka penelitian ini akan berfokus pada citra destinasi dan pengalaman wisatawan sebagai variabel bebas serta niat berkunjung kembali sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta batasan masalah yang telah ditetapkan, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi dan pengalaman wisatawan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina?

2. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina?
3. Apakah pengalaman wisatawan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian dan rumusan masalah penelitian yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji tentang hal-hal sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh citra destinasi dan pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina.
2. Untuk menguji pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina.
3. Untuk menguji pengaruh pengalaman wisatawan terhadap niat berkunjung kembali di objek wisata pantai Lovina.

1.6 Manfaat Hasil

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran pariwisata, yang berkaitan dengan pembentukan niat berkunjung kembali wisatawan berdasarkan persepsi terhadap citra destinasi dan pengalaman wisata yang dirasakan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memperkuat pemahaman akademik mengenai

pentingnya pendekatan berbasis pengalaman dan persepsi dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengelola destinasi wisata Pantai Lovina, khususnya dalam merumuskan strategi peningkatan kunjungan ulang wisatawan mancanegara melalui penguatan citra destinasi dan pengalaman berwisata yang menyeluruh. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pemerintah daerah Kabupaten Buleleng dan Dinas Pariwisata Provinsi Bali dalam menyusun kebijakan pemerataan pembangunan pariwisata Bali Utara serta mendorong pengembangan destinasi alternatif yang lebih inklusif dan kompetitif. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung kembali.

