

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bali merupakan destinasi yang telah mendapat pengakuan luas baik dari wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Bali telah menjadi salah satu tujuan wisata terkenal di dunia berkat keindahan alam, budaya dan tradisi yang kaya. Unsur budaya seperti tari-tarian, upacara adat serta berbagai seni dan kerajinan khas memberikan kesan khas yang menarik perhatian wisatawan yang berkunjung dan memperkuat daya saing pariwisata Bali di kancah internasional. Sektor pariwisata sebagai penggerak utama perekonomian daerah, terus diperkuat melalui berbagai kebijakan strategis. Pengembangan desa wisata menjadi metode strategis yang sejalan untuk meningkatkan pemerataan manfaat pariwisata dengan tetap menjaga kearifan lokal. Pembangunan desa wisata dipandang sebagai sumber daya yang potensial untuk menambah pendapatan, menghasilkan keuntungan, menciptakan banyak lapangan kerja, dan menempatkan masyarakat sebagai pemangku kepentingan (Sukmana, 2020). Selain meningkatkan kunjungan pariwisata, keberadaan desa wisata dapat berkontribusi untuk memperluas keterlibatan masyarakat sebagai pelaku utama dalam pelestarian budaya dan pengelolaan sumber daya alam.

Upaya mendorong pengembangan desa wisata telah dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dengan menetapkan lima indikator utama yang menjadi acuan dalam penyelenggaraan

Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) Tahun 2024. Indikator tersebut meliputi: (1) daya tarik, yang mencakup keunikan, keaslian, dan kreativitas produk wisata berbasis alam, budaya, dan ekonomi kreatif, (2) amenitas, yang meliputi kualitas fasilitas *homestay*, toilet, restoran, tempat ibadah, dan area parkir yang sesuai dengan standar *cleanliness, health, safety and environment sustainability* (CHSE) untuk kenyamanan wisatawan, (3) digital, mengacu pada transformasi digital layanan dan promosi desa wisata melalui media digital dan pengembangan konten kreatif, (4) kelembagaan & SDM, yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat lokal untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan dampak ekonomi, dan mendorong kesetaraan gender, (5) resiliensi, yang menekankan pengelolaan desa wisata yang berkelanjutan dengan memperhatikan masalah lingkungan dan manajemen risiko.

Pada Januari – April 2025, Provinsi Bali menerima 2.042.667 kunjungan wisatawan mancanegara, meningkat 22,11 persen dari 369.856 kunjungan pada periode yang sama di tahun sebelumnya. Kelima indikator tersebut selaras erat dengan kebijakan daerah yang tercantum dalam rencana strategis Provinsi Bali tahun 2024–2026. Rencana strategis pemerintah provinsi Bali 2024 – 2026 mengidentifikasi pariwisata sebagai salah satu dari lima bidang prioritas. Rencana strategis pemerintah Provinsi Bali 2024 – 2026 bertujuan untuk mengembangkan destinasi dan produk pariwisata baru yang bermanfaat bagi penduduk setempat, meningkatkan promosi terpadu antardaerah di dalam dan luar negeri, serta meningkatkan standar layanan pariwisata secara keseluruhan.

Wilayah Kabupaten Karangasem memiliki keunggulan tersendiri dalam pengembangan desa wisata berbasis budaya, terutama karena keberadaan

masyarakat tradisional yang masih menjaga praktik adat istiadat Bali Aga. Hal ini dapat dilihat dari Desa Tenganan Pegringsingan yang dikenal sebagai salah satu desa *Bali Aga* dengan kekayaan budaya dan sistem sosial yang masih dilestarikan secara turun temurun. Tenganan Pegringsingan merupakan salah satu desa yang menarik untuk dikunjungi. Tenganan berasal dari kata “*tengahang*” yang berarti bergerak ke tengah. Desa Tenganan Pegringsingan terletak di Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem. Warga Desa Tenganan Pegringsingan dikenal sangat terampil dalam menenun kain *gringsing*. Hukum adat yang dikenal dengan awig-awig masih mengatur kegiatan sehari-hari warga Desa Tenganan. Salah satu adat yang unik di desa ini adalah *mageret pandan* (perang pandan) yang dilakukan saat perayaan *ngusaba sambah*. Desa wisata ini menawarkan berbagai macam kegiatan yang menarik bagi para pengunjungnya. Desa wisata ini memiliki keindahan alam, perbukitan, hamparan sawah, rumah adat dan bangunan hunian masyarakat yang unik, wisata trekking, cenderamata khas berupa karya seni lontar ukir, serta adat dan budaya yang dapat dirasakan langsung oleh para pengunjung.

Desa Tenganan diakui sebagai desa wisata resmi berdasarkan keputusan Bupati Karangasem No. 658/HK/2014, yang berkaitan dengan penetapan desa wisata di Kabupaten Karangasem. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengklasifikasikan desa wisata ke dalam empat kategori: rintisan, berkembang, maju, dan mandiri. Kategori tersebut ditentukan oleh berbagai indikator, termasuk tingkat kunjungan wisatawan, pengelolaan kelembagaan, keterlibatan masyarakat, inovasi produk wisata, dan kesiapan sarana prasarana. Kabupaten Karangasem memiliki sejumlah desa wisata yang telah dikembangkan dan diklasifikasikan dalam beberapa kategori. Namun hingga saat ini, belum ada desa wisata di

Kabupaten Karangasem yang berhasil mencapai kategori desa wisata mandiri. Desa wisata mandiri dianggap sudah mampu mengelola potensi pariwisata secara profesional dan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.

Kabupaten Karangasem memiliki enam desa yang baru mencapai kategori maju, salah satunya adalah Desa Tenganan. Desa Tenganan saat ini dikategorikan sebagai desa wisata maju, yang mengindikasikan desa wisata yang telah dikenal oleh publik secara lebih luas. Meskipun demikian, kriteria Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk desa wisata mandiri belum memungkinkan desa ini untuk diklasifikasikan sebagai desa wisata mandiri. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan dengan pengelola desa wisata diperoleh hasil sebagai berikut: 1) masih kurangnya inovasi dalam penciptaan produk wisata dan kewirausahaan masyarakat lokal, 2) infrastruktur dan fasilitas untuk pariwisata belum sepenuhnya memenuhi persyaratan minimal internasional ASEAN, 3) digitalisasi lokasi pariwisata belum memadai baik dari segi pemasaran produk dan promosi. Kondisi – kondisi seperti ini akan berdampak pada jumlah kunjungan pengunjung domestik dan internasional ke objek wisata Tenganan Pegringsingan setiap tahunnya.

Tabel 1.1

Data Tingkat Kunjungan Wisatawan Desa Tenganan Pegringsingan

Tahun	Jumlah Wisatawan		Total Wisatawan	Persentase Wisatawan	
	WNI	WNA		WNI	WNA
2021	1.170 Jiwa	91 Jiwa	1.261 Jiwa	92,78%	7,22%
2022	4.696 Jiwa	12.974 Jiwa	17.670 Jiwa	26,58%	73,42%
2023	7.440 Jiwa	31.360 Jiwa	38.800 Jiwa	19,18%	80,82%
2024	6.751 Jiwa	30.495 Jiwa	37.246 Jiwa	18,12%	81,88%
2025	6.549 Jiwa	28.257 Jiwa	34.806 Jiwa	18,82%	81,18%

(Sumber: Pengelola Desa Tenganan Pegringsingan)

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat ketimpangan yang signifikan antara wisatawan domestik dan mancanegara di Desa Tenganan Pegringsingan. Pada tahun 2021, kunjungan masih didominasi oleh WNI sebesar 92,78%, yang kemungkinan dipengaruhi oleh pembatasan mobilitas internasional selama pandemi Covid-19. Namun, sejak tahun 2022 hingga 2025, terjadi pergeseran drastis di mana kunjungan didominasi oleh WNA. Sebaliknya, proporsi WNI mengalami penurunan tajam dan cenderung stagnan. Hal ini menunjukkan bahwa minat kunjungan wisatawan domestik ke Tenganan Pegringsingan tergolong rendah dibanding wisatawan mancanegara. Rendahnya proporsi tersebut mengindikasikan Desa Tenganan Pegringsingan belum menjadi pilihan utama bagi wisatawan domestik, baik untuk kunjungan pertama maupun kunjungan ulang. Oleh karena itu, diperlukan perhatian terhadap faktor-faktor yang dapat meningkatkan niat berkunjung kembali wisatawan domestik, khususnya terkait kualitas pelayanan dan citra destinasi.

Tabel 1.2

Data Distribusi Rating Pengunjung Desa Tenganan Pegringsingan

Kategori Bintang	Jumlah Rating	Persentase (%)
Bintang 5 (<i>Excellent</i>)	134	24%
Bintang 4 (<i>Very Good</i>)	159	28,5%
Bintang 3 (<i>Average</i>)	130	23,3%
Bintang 2 (<i>Bad</i>)	69	12,4%
Bintang 1 (<i>Terrible</i>)	66	11,8%
Total Rating	558	100%

(Sumber: Tripadvisor, 2025)

Dari *rating* ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar wisatawan memberikan respon yang positif terhadap Desa Tenganan Pegringsingan sebesar 53% untuk *rating* 4 dan 5 bintang. Namun terdapat juga ulasan netral dan negatif sebesar 47% untuk *rating* 3 ke bawah. Ulasan pengguna *TripAdvisor* menunjukkan

bahwa tingkat kualitas layanan Desa Tenganan masih belum sesuai standar. Tidak ada pelayanan pariwisata yang terkoordinasi, termasuk pemandu resmi atau pusat informasi yang memadai. Interaksi dengan pemilik usaha kain *gringsing* sering kali lebih berfokus pada upaya untuk melakukan penjualan daripada menawarkan edukasi budaya yang mendalam sehingga dapat menurunkan kualitas pelayanan wisatawan. Selain itu, sulit bagi pengunjung terutama wisatawan asing untuk sepenuhnya memahami sejarah dan kebudayaan setempat karena tidak adanya papan penjelasan multibahasa (TripAdvisor, 2025).

Citra Desa Tenganan sebagai *desa Bali Aga* belum banyak dipasarkan atau dibedakan. Banyak wisatawan yang tidak menyadari perbedaan antara Desa Tenganan yang memiliki keunikan, seperti sejarah *desa Bali Aga*, kain *gringsing*, *mageret pandan* (perang pandan) dan adat istiadat yang tidak biasa dengan desa wisata yang lainnya. Kondisi ini berpotensi memengaruhi persepsi wisatawan domestik yang cenderung lebih sensitif terhadap kualitas pelayanan dan kenyamanan selama berkunjung. Apabila pengalaman yang diperoleh tidak sesuai dengan harapan, maka wisatawan domestik cenderung tidak memiliki keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Pertumbuhan suatu destinasi wisata bergantung pada jumlah wisatawan yang tertarik. Peningkatan jumlah pengunjung, khususnya dari wisatawan domestik, menjadi indikator penting dalam keberhasilan pengembangan destinasi wisata. Sehingga, jumlah kunjungan sangat penting dalam sektor pariwisata, kunjungan ulang dan keinginan untuk mengunjungi kembali menjadi perhatian penting bagi pemasaran destinasi wisata. Keinginan untuk mengunjungi kembali muncul ketika wisatawan memiliki pengalaman positif selama perjalanan wisata mereka, yang

menyebabkan keinginan untuk kembali di kemudian hari. Pada penelitian yang dilakukan oleh Riadi dkk., (2023), niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. (Trius dkk., 2023) menemukan bahwa keinginan untuk berkunjung kembali dipengaruhi oleh pengalaman perjalanan, citra destinasi, dan kepercayaan destinasi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Yandi dkk., 2023) menemukan bahwa citra destinasi, daya tarik wisata dan fasilitas mempengaruhi niat wisatawan berkunjung kembali. Anggraeni dkk. (2022) menemukan bahwa *perceived value* dan *promotion* dan kepuasan memengaruhi niat untuk berkunjung kembali. Penelitian oleh (Jiwandono & Kusumawati, 2020) menemukan bahwa niat untuk berkunjung kembali dipengaruhi oleh *electronic word of mouth* melalui sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Dari berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa beberapa faktor memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali. Penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas layanan dan citra destinasi, sebagaimana temuan penelitian oleh (Manyangara dkk., 2023), yang menunjukkan bahwa faktor-faktor ini secara positif dan signifikan memengaruhi keinginan untuk berkunjung kembali. Kemudian hasil studi yang dilakukan oleh (Candraswari dkk., 2024) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra destinasi memberikan pengaruh positif dan substansial terhadap keinginan untuk berkunjung kembali.

Pada sektor pariwisata, kualitas layanan adalah penilaian terhadap perbedaan antara keinginan dan harapan wisatawan sebelum dan sesudah kunjungan mereka ke suatu objek wisata. Selain itu, kualitas layanan juga dicirikan sebagai penilaian wisatawan terhadap keunggulan keseluruhan suatu produk atau layanan, yang

menjadi penentu penting kepuasan wisatawan. Pemahaman mengenai konsep kualitas memiliki beberapa konotasi yang berbeda. Kualitas sering dianggap sebagai implementasi dari semua aspek penawaran produk atau layanan yang menghasilkan keuntungan bagi pengunjung. Kualitas layanan dicapai dengan memenuhi dan memuaskan persepsi dan ekspektasi wisatawan, yang bertujuan untuk memenuhi atau melampaui harapan wisatawan.

Persepsi kualitas layanan terkait erat dengan niat untuk kembali. Peningkatan kualitas layanan di objek wisata dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan kemungkinan kunjungan berulang. Sebuah lokasi wisata atau penyedia layanan dianggap menawarkan kualitas yang sangat baik ketika memberikan pengalaman yang sesuai dengan keinginan dan harapan wisatawan. Jika pengalaman yang diberikan melebihi harapan pengunjung, layanan tersebut akan dianggap sangat memuaskan. Harapan kualitas layanan wisatawan dibentuk oleh pengalaman mereka sebelumnya di tempat tersebut dan informasi yang dikumpulkan dapat melalui ulasan wisatawan lain. Kualitas pelayanan yang belum optimal di Desa Tenganan Pegriingsingan, seperti kurangnya informasi dan pelayanan yang terkoordinasi, berpotensi menurunkan minat wisatawan domestik untuk berkunjung kembali.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Uswatun Khasanah dkk., 2023), kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat kunjungan ulang. (Huda dkk., 2022) menemukan bahwa kualitas layanan dan fasilitas pariwisata mempengaruhi minat berkunjung kembali. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Riyanti dkk.

(2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi mempengaruhi minat berkunjung kembali. Kusyanda dkk., (2020) menemukan bahwa atribut destinasi pariwisata dan kualitas pelayanan memengaruhi niat berkunjung kembali. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukendar dkk., (2021) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali wisatawan.

Citra destinasi merupakan aspek penting yang mempengaruhi niat berkunjung kembali pada wisatawan. Oleh karena itu, Pemasaran pada objek wisata memerlukan waktu dan upaya yang signifikan untuk membangun citra yang menjanjikan untuk meyakinkan wisatawan untuk berkunjung kembali. Setiap lingkungan pada objek wisata memiliki berbagai pemangku kepentingan dan kebijakan pemerintah yang mengatur serta memengaruhi perkembangan objek wisata. Untuk bersaing pada sektor pariwisata, penting untuk mempertahankan citra yang dapat dicapai dengan kepuasan wisatawan, niat berkunjung kembali, dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Pengunjung membentuk citra dari suatu destinasi dengan berbagai cara, dan sebagian besar dibuat dari berbagai media atau sumber informasi yang mereka terima. Citra destinasi Desa Tenganan Pegringsingan yang belum kuat di kalangan wisatawan domestik menyebabkan kurangnya daya tarik dibandingkan destinasi lain di Bali yang lebih populer dan mudah dikenali.

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang menguji hubungan antara citra destinasi dan niat berkunjung kembali menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dkk (2024) menyatakan bahwa citra destinasi dan

persepsi risiko mempengaruhi niat kunjungan kembali. Kemudian, (Trius dkk., 2023) menemukan bahwa citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali. Penelitian yang dilakukan oleh (Annisa, 2023) menemukan bahwa citra destinasi dan pengalaman wisatawan berpengaruh positif terhadap niat untuk mengunjungi kembali. Hasil yang sama juga ditemukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Rosli dkk (2023) menyatakan bahwa citra destinasi memengaruhi kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali. Hal ini menunjukkan bahwa citra suatu destinasi sangat penting bagi industri pariwisata karena menjadi dasar pengambilan keputusan wisatawan saat memilih lokasi mana yang akan dikunjungi. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wantara & Irawati, 2021) yang menyatakan bahwa citra destinasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian sebelumnya, masih terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali wisatawan. Perbedaan temuan tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh hasil observasi dan wawancara yang menunjukkan adanya fenomena nyata terkait kualitas pelayanan dan citra destinasi di Desa Tenganan Pegringsingan. Fenomena tersebut diperkuat dengan adanya ketimpangan jumlah kunjungan antara wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara, di mana proporsi wisatawan domestik relatif lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa Desa Tenganan Pegringsingan belum sepenuhnya menjadi pilihan utama bagi wisatawan domestik, khususnya dalam mendorong niat untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat

berkunjung kembali, khususnya pada wisatawan domestik, melalui pendekatan kualitas pelayanan dan citra destinasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan pada Desa Tenganan Pegringsingan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Daya tarik yang dimiliki Desa Tenganan Pegringsingan tidak sejalan dengan tingkat kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan domestik, yang relatif lebih rendah dibandingkan wisatawan mancanegara, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan dalam daya tarik destinasi bagi pasar domestik.
2. Kualitas pelayanan dan citra destinasi Desa Tenganan Pegringsingan belum dioptimalkan secara maksimal, yang ditunjukkan melalui pengalaman wisatawan yang belum sepenuhnya memenuhi harapan, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi dan minat wisatawan untuk berkunjung kembali.
3. Adanya *gap*/kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang terjadi di Desa Tenganan Pegringsingan, maka penelitian ini akan berfokus pada kualitas pelayanan dan citra destinasi sebagai variabel bebas serta niat berkunjung kembali sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah kualitas pelayanan dan citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke Desa Tenganan Pegringsingan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke Desa Tenganan Pegringsingan?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke Desa Tenganan Pegringsingan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada Desa Tenganan Pegringsingan.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat berkunjung kembali pada Desa Tenganan Pegringsingan.

3. Untuk menguji pengaruh citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada Desa Tenganan Pegringsingan.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan menghasilkan manfaat, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai pengaruh kualitas layanan dan citra destinasi terhadap niat berkunjung kembali pada Desa Tenganan Pegringsingan.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelolaan desa wisata pada Desa Tenganan Pegringsingan dalam merumuskan strategi pemasaran berdasarkan wawasan dan pemahaman yang diperoleh mengenai kualitas layanan dan citra destinasi yang memengaruhi niat untuk berkunjung kembali pada Desa Tenganan Pegringsingan.