

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

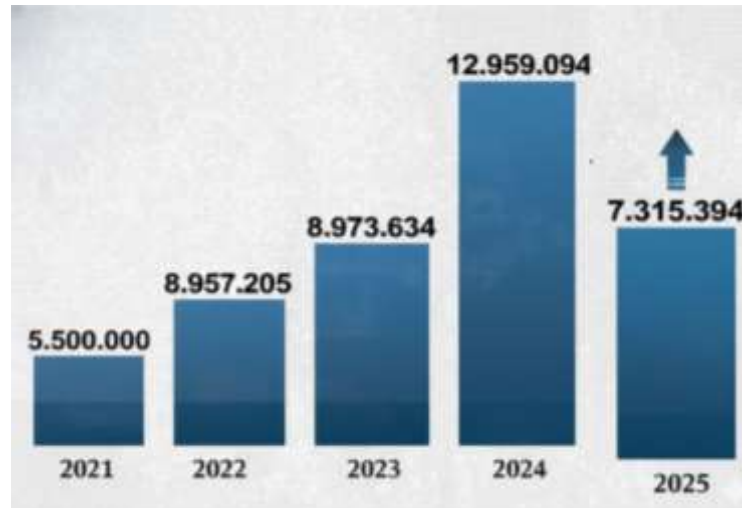
Pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi bagi masyarakat, tetapi juga merupakan sektor yang memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Perkembangan pariwisata saat ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan semakin beragam dan cenderung bergerak ke arah pengalaman wisata yang unik, berkesan, dan memberikan nilai tambah bagi pengunjung. Hal tersebut menjadikan pengelolaan destinasi wisata sebagai aspek penting yang harus diperhatikan, terutama dalam menciptakan daya tarik yang mampu mempertahankan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Di Indonesia, dinamika perkembangan pariwisata semakin terlihat melalui meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke berbagai daerah dan munculnya destinasi-destinasi baru yang menawarkan keunggulan kompetitif berdasarkan potensi alam maupun budaya lokal. Kondisi ini menuntut setiap daerah, termasuk Provinsi Aceh, untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas destinasi wisata agar mampu bersaing dan mempertahankan loyalitas wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Selain menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), sektor ini juga mampu menciptakan lapangan kerja, memperluas kesempatan usaha serta mendukung pembangunan berkelanjutan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

nasional tercatat sebesar 4,1%, dan diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan berkembangnya tren wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*) serta penguatan destinasi unggulan daerah.

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang melimpah menjadikannya sebagai salah satu destinasi pariwisata unggulan di tingkat global. Keindahan bentang alam yang membentang dari Sabang hingga Merauke menjadi daya tarik utama yang mampu menarik minat wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Potensi tersebut menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara. Menurut (Yesayabela, 2023) optimalisasi sektor pariwisata dapat dilakukan melalui pengelolaan potensi sumber daya lokal sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat sekitar destinasi. Lebih lanjut, Fadilla (2024) menegaskan bahwa arah pengembangan pariwisata seharusnya difokuskan pada upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara merata dan berkelanjutan.

Menurut Revida (2021), besarnya kontribusi pariwisata terhadap perekonomian mendorong setiap daerah di Indonesia untuk terus berinovasi dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisatanya. Persaingan antar destinasi yang semakin ketat menuntut pengelolaan destinasi yang kreatif serta strategi promosi yang efektif, guna menarik minat wisatawan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Dalam konteks ini, Provinsi Aceh merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Keindahan alam, kekayaan budaya lokal, serta warisan sejarah yang

dimiliki menjadikan Aceh sebagai daerah dengan daya tarik wisata yang khas dan kompetitif.



Sumber : Disbudpar.Acehprov

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Wisatawan dari Dalam Negeri dan Luar Negeri ke Provinsi Aceh

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) yang diterima Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh, periode Januari hingga April 2025 mencatat sebanyak 7.315.394 wisatawan berkunjung ke Aceh. Jumlah ini meningkat 76,42% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya, yaitu 4,1 juta kunjungan wisatawan. Dari total kunjungan tersebut, sebanyak 7.315.394 merupakan wisatawan nusantara, sementara 12.133 merupakan wisatawan mancanegara. Malaysia kembali menjadi negara penyumbang wisatawan mancanegara terbanyak dengan 8.233 kunjungan.

Salah satu destinasi wisata alam yang sedang berkembang pesat di Aceh adalah BurTelege yang terletak di Takengon, Kabupaten Aceh Tengah (Herizal, 2021). BurTelege merupakan objek wisata alam yang berada di Desa Hakim Bale

Bujang pada ketinggian 1.450 meter di atas permukaan laut. Aceh Tengah sebagai bagian dari wilayah dataran tinggi Gayo memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata unggulan. Salah satu objek wisata yang sedang berkembang dan mulai menarik perhatian wisatawan adalah Burtelege Takengon. Terletak di kawasan perbukitan yang menghadap langsung ke Danau Lut Tawar, destinasi ini menawarkan panorama alam yang memesona, udara sejuk, serta beragam wahana wisata dan spot foto yang menarik bagi wisatawan milenial.

Nama "Bur Telege" berasal dari Bahasa Gayo, dengan "Bur" berarti bukit dan "Telege" berarti telaga. Sejak dikembangkan oleh masyarakat pada 2017, kawasan seluas 186 hektar ini bertransformasi dari hutan menjadi destinasi wisata alam modern. Dengan memanfaatkan elemen alam seperti pohon bekas sebagai ornamen, BurTelege menawarkan pengalaman unik dan pemandangan indah Danau Laut Tawar. Lokasinya yang hanya 15 menit dari pusat Kota Takengon dan tiket masuk terjangkau Rp10.000 menjadikannya favorit wisatawan (Setiawan, 2021).

Meskipun daya tarik Burtelege terus dikembangkan oleh pengelola dan pemerintah daerah, data kunjungan wisatawan dalam kurun waktu 2019–2024 menunjukkan bahwa angka kunjungan ulang (*repeat visitors*) masih relatif rendah, dengan persentase rata-rata di bawah 30%. Bahkan hingga Mei 2024, persentase wisatawan yang melakukan kunjungan ulang tercatat hanya sebesar 22%.



Sumber : Data Dinas Pariwisata Aceh Tengah

Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung Wisatawan Buntelege (2019-2025)

Banyaknya jumlah Kunjungan wisatawan ke Kabupaten Aceh Tengah menunjukkan peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun. Berdasarkan pernyataan Kepala Dinas Pariwisata Aceh Tengah, Zulkarnain (2024), jumlah wisatawan yang berkunjung setiap harinya berkisar antara 1.500 hingga 3.000 orang. Data tersebut mencerminkan tingginya animo wisatawan terhadap keindahan alam dan kekayaan budaya yang dimiliki oleh daerah tersebut. Dengan jumlah kunjungan yang signifikan, Aceh Tengah menempati posisi strategis sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Provinsi Aceh, setelah Kota Sabang dan Banda Aceh. Peningkatan kunjungan ini juga menjadi indikator keberhasilan dalam upaya promosi serta pengelolaan destinasi wisata yang terus mengalami perbaikan dari waktu ke waktu.

Tingginya angka kunjungan ke Aceh Tengah menunjukkan bahwa daerah ini memiliki daya tarik wisata yang kuat. Namun, keberhasilan sebuah destinasi juga sangat tergantung pada kemampuannya membentuk kesan positif dan

meningkatkan minat kunjungan ulang wisatawan. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengunjung menjadi sangat penting dalam konteks ini. Menurut (Lin, 2024), beberapa faktor utama yang memengaruhi *revisit intention* wisatawan meliputi *perceived interest*, *experiential marketing*, *recreation perception*, dan *environmental image perception*. Penelitian lain memperkuat temuan ini studi oleh Lin dkk. menemukan bahwa *perceived interest* dan *experiential marketing* merupakan variabel kunci yang berpengaruh signifikan terhadap niat kunjungan kembali wisatawan pada destinasi tradisional .

Perceived interest mengacu pada tingkat ketertarikan wisatawan terhadap suatu destinasi yang kemudian memengaruhi kemungkinan mereka melakukan kunjungan ulang (Islamiyah, 2024). ***Experiential marketing*** fokus pada penciptaan pengalaman yang bersifat emosional dan menawan, yang diyakini mampu memperkuat loyalitas wisatawan. Hal ini juga di dukung oleh data penelitian tentang jumlah kunjungan pertahun tempat wisata di Aceh Tengah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Pertahun Tempat Wisata Di Aceh Tengah

No	Tempat Wisata	Jumlah Pengunjung			
		2022	2023	2024	2025
1	Arung Jeram	15.820	18.576	20.130	22.450
2	Bur Telege	19.453	20.143	22.879	25.100
3	Pantan Terong	12.889	14.545	16.761	18.950
4	Danau Lut Tawar	16.879	17.611	20.108	22.500

Sumber : Dinas Pariwisata Aceh Tengah (2025)

Berdasarkan data jumlah pengunjung dari tahun 2022 hingga 2024, Bur Telege menunjukkan angka yang paling tinggi di antara destinasi wisata lainnya di Aceh Tengah. Jumlah pengunjung Bur Telege meningkat signifikan, dari

19.453 orang pada tahun 2022 menjadi 20.143 orang pada tahun 2023, mencapai 22.879 orang pada tahun 2024 dan pada tahun 2025 mencapai peningkatan 25.100. Peningkatan yang konsisten ini mencerminkan daya tarik yang kuat dari Bur Telege, jika dibandingkan dengan tempat wisata lain seperti Arung Jeram, Pantan Terong, dan Danau Lut Tawar yang juga mengalami kenaikan, namun tidak setinggi BurTelege.

Rendahnya minat berkunjung kembali menjadi tantangan tersendiri dalam pengembangan destinasi wisata. Dalam konteks pemasaran pariwisata, keberhasilan suatu destinasi tidak hanya diukur dari tingginya jumlah kunjungan pertama, tetapi juga dari loyalitas wisatawan yang tercermin dalam keputusan untuk kembali berkunjung (*revisit intention*). Menurut (Chen, C. F., & Tsai, 2020) minat berkunjung kembali merupakan indikator penting dalam membangun keberlanjutan destinasi, karena berkaitan langsung dengan kepuasan, citra, dan pengalaman pengunjung.

Beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap minat berkunjung kembali antara lain *perceived interest*, *experiential marketing*, dan strategi promosi destinasi. *Perceived interest* mencerminkan ketertarikan wisatawan terhadap suatu destinasi berdasarkan persepsi pribadi terhadap daya tarik alam, keunikan budaya, fasilitas, serta kesesuaian dengan minat individu (Keller, 2016). Sementara itu, *experiential marketing* berfokus pada penciptaan pengalaman holistik yang tidak hanya menyentuh aspek rasional, tetapi juga melibatkan elemen emosional, sensorik, hingga relasi sosial yang dialami wisatawan selama berada di lokasi wisata (Schmitt, 2021). Di sisi lain, promosi memiliki peranan

strategis dalam membentuk persepsi awal, ekspektasi, dan ketertarikan calon pengunjung. Strategi promosi yang efektif, terutama melalui media sosial dan digital marketing, terbukti mampu meningkatkan brand awareness dan memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi (Kotler, P., & Keller, 2023).

Penelitian mengenai niat kunjungan ulang pada destinasi wisata juga dilakukan oleh (Rorimpandey, 2022). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *experiential marketing* memiliki pengaruh signifikan dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkesan sehingga mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan wisatawan ditemukan sebagai faktor penting yang memperkuat niat kunjungan ulang, di mana pengalaman positif yang diberikan destinasi berkontribusi langsung terhadap loyalitas wisatawan. Penelitian ini menegaskan bahwa *experiential marketing* dan kepuasan wisatawan memiliki pengaruh simultan terhadap revisit intention, sehingga destinasi harus mampu menghadirkan pengalaman yang bermakna untuk mempertahankan wisatawan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna mengetahui pengaruh *perceived interest*, *experiential marketing*, dan promosi terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata Bortelege Takengon, Aceh Tengah. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola destinasi dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pemasaran pariwisata yang lebih efektif, khususnya dalam membangun loyalitas pengunjung dan meningkatkan daya saing pariwisata

Aceh Tengah di tengah persaingan destinasi wisata yang semakin kompetitif. Berdasarkan pengertian dan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh *Perceived Interest*, *Experiential Marketing* Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Interest* terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah?
2. Bagaimana pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah?
3. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah?
4. Bagaimana pengaruh *Perceived Interest*, *Experiential Marketing* Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Interest* terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Interest*, *Experiential Marketing* Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Wisata Burtelege Takengon Kabupaten Aceh Tengah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya di atas, maka selanjutnya penelitian ini di harapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memperkaya literatur akademik terkait perilaku wisatawan, khususnya mengenai hubungan antara persepsi ketertarikan (*perceived interest*), pengalaman wisata (*experiential marketing*), dan strategi promosi terhadap loyalitas wisatawan.

2. Memberikan landasan teoritis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji variabel-variabel pemasaran pariwisata, baik dalam konteks destinasi lokal maupun nasional.
3. Mengembangkan pemahaman konseptual tentang bagaimana strategi pemasaran berbasis pengalaman dan promosi digital dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.
4. Menjadi referensi akademis bagi mahasiswa, peneliti, dan praktisi yang ingin mengkaji faktor-faktor psikologis dan emosional dalam pembentukan niat berkunjung kembali wisatawan.

1.4.2 Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini maka diharapkan bahwa penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori ke dalam konteks nyata, sekaligus menjadi sumber informasi bagi pengelola wisata dan pihak terkait dalam upaya mengoptimalkan strategi promosi serta meningkatkan kualitas pelayanan guna mendorong minat kunjungan ulang wisatawan ke Bur Telege.