

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Wisata edukasi adalah salah satu bentuk dari pariwisata yang bertujuan untuk melakukan sebuah perjalanan bagi wisatawan secara individu maupun berkelompok dengan memiliki motif utama yaitu memberikan pengalaman dan edukasi terhadap wisatawan. Pengalaman serta edukasi yang didapatkan oleh wisatawan akan menghasilkan hasil yang beragam tergantung dengan tujuan awal dari wisatawan. Tujuan awal dari wisatawan dapat ditentukan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata edukasi. Hal tersebut selaras dengan definisi dari wisatawan pendidikan yang dimana wisatawan ini adalah wisatawan yang melakukan perjalanan dan tinggal di sebuah tempat yang bukan tempat asalnya dengan tujuan untuk belajar, bisnis, rekreasi dan kegiatan yang lainnya, namun tidak lebih dari satu tahun (Abubakar et al., 2014).

Wisatawan pendidikan memiliki tujuan biasanya untuk belajar, bisnis, melakukan rekreasi atau melakukan kegiatan yang lainnya (Abubakar et al., 2014). Salah satu dari tujuan mereka melakukan wisata adalah belajar maka dari itu mereka cenderung akan berwisata dan berkunjung ke sebuah destinasi wisata yang mempunyai sebuah atraksi wisata yang memberikan pengetahuan baru atau edukasi. Atraksi wisata adalah motivasi utama bagi para wisatawan dalam melakukan kegiatan kunjungan wisata (Witt, n.d., 1994). Atraksi wisata termasuk salah satu dari faktor penarik (*pull factors*) yang dapat menarik wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke sebuah destinasi wisata dengan menjadikan keunikan sebagai daya tarik dan memotivasi wisatawan dalam memutuskan berkunjung (Bulan et al., 2021).

Menurut (Suwena et al., 2010) atraksi disebut merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, atraksi merupakan modal utama (*tourism resources*) atau sumber dari kepariwisataan. Oleh karena itu atraksi wisata adalah salah satu komponen yang paling penting bagi sebuah destinasi wisata dalam upaya menarik wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Atraksi wisata digunakan sebagai faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk

berkunjung, sehingga menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut (Fitroh et al., 2017).

Motivasi adalah faktor pendorong seseorang dalam melakukan kegiatan serta menjadi alasan manusia dalam melakukan sesuatu. Motivasi juga menjadi bagian penting bagi wisatawan dalam hal pengambilan keputusan (Setiadi & Konsumen, 2003). Motivasi juga memiliki teori yang biasa digunakan sebagai acuan dalam proses pengambilan keputusan, teori yang biasa dipakai adalah teori dari maslow (1943) yang menjelaskan bahwa setiap seseorang memiliki kebutuhan-kebutuhan motivasi yang berbeda tercakup di dalam satu hierarki yang berbentuk piramida dimana piramida tersebut menjelaskan bahwa kebutuhan yang paling tinggi dapat tercapai jika kebutuhan primer sudah terpenuhi (Rahadi, 2023). Teori *push and pull* (1977) juga termasuk menjadi teori dari motivasi yang menjelaskan bahwa seseorang dapat termotivasi dikarenakan adanya faktor motivasi yang disebabkan oleh faktor pendorong dan faktor penarik (Muttaqin, 2022). Teori pearce (1982) juga dapat digunakan sebagai teori motivasi yang menjelaskan bahwa faktor motivasi terbagi menjadi 5 hierarki yang terdiri dari relaksasi, stimulasi, hubungan/relationship, harga diri serta pengembangan aktualisasi diri dan kepuasan dalam diri sendiri (MC Garabet, 2017). Hal-hal tersebut menggambarkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan, wisatawan membutuhkan sebuah dorongan atau motivasi dalam menentukan sebuah keputusan khususnya pada saat memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata edukasi.

Motivasi wisatawan biasanya akan terbentuk ketika wisatawan memiliki sebuah persepsi atau dugaan individu yang mereka dapatkan dari pengalaman atau bisa jadi dari informasi yang wisatawan dapatkan (Setiadi & Konsumen, 2003). Hal itu yang menjadi faktor wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Sama halnya dengan wisatawan yang memiliki tujuan untuk belajar atau mencari pengalaman baru, mereka juga memiliki dorongan atau motivasi sebagai faktor dalam menentukan keputusan berkunjung ke destinasi wisata edukasi.

Keputusan berkunjung adalah sebuah proses seseorang melakukan penilaian tehadap beberapa alternatif lalu pada akhirnya memilih salah satu alternatif atau beberapa alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan-

pertimbangan tertentu (Fitroh et al., 2017). Pengertian ini juga berlaku terhadap wisatawan yang akan memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata edukasi. Wisatawan akan melakukan proses penilaian sebelum memutuskan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata edukasi yang sesuai dengan yang dibutuhkannya berdasarkan faktor-faktor tertentu atau pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam upaya menentukan keputusan berkunjung ke sebuah destinasi wisata tertentu akan dilakukan tahapan-tahapan dalam menentukan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, konsumsi pasca pembelian dan Evaluasi (Sudaryono, 2014). Hal ini yang membantu wisatawan dalam melakukan proses penilaian terhadap keputusan berkunjung ke sebuah destinasi wisata khususnya destinasi wisata edukasi.

Keputusan berkunjung ke sebuah destinasi wisata tidak akan terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam memutuskan berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Wisatawan akan memutuskan berkunjung ke sebuah destinasi wisata dikarenakan adanya faktor yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Wisatawan akan memutuskan berkunjung ke sebuah destinasi wisata berdasarkan tujuan dan kebutuhannya. Saat ini banyak peneliti yang melakukan penelitian yang bertujuan untuk meneliti bahwa faktor motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung ke sebuah destinasi wisata, namun masih belum ada yang melakukan penelitian yang meneliti tentang wisatawan yang memutuskan berkunjung ke sebuah destinasi wisata edukasi khususnya wisata edukasi bersifat kursus mempelajari Bahasa Inggris.

Berdasarkan tabel penelitian-penelitian sebelumnya dibawah ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung seperti adanya penyediaan pelayanan yang baik di sebuah destinasi wisata edukasi, faktor budaya, relaksasi, hubungan antar sesama manusia serta kemudahan aksesibilitas. Adapun dibawah ini adalah tabel beberapa contoh penelitian sebelumnya yang meneliti terkait faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata edukasi.

Tabel 1. 1 Penelitian Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Penulis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Motivasi Dan Layanan Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Nusantara Ke Museum Sumpah Pemuda (Meiliana & Dewantara, 2020).	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh faktor motivasi serta faktor layanan terhadap keputusan berkunjung ke museum sumpah pemuda.
2.	Pengaruh Motivasi pendorong dan Motivasi Penarik terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Perjoangan Bogor (Djunaid & Mikhael, 2021).	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh motivasi yang berasal dari motivasi penarik dan pendorong seperti faktor budaya, aksesibilitas serta relaksasi terhadap keputusan berkunjung ke museum perjoangan Bogor.
3.	Pengaruh Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Monumen Nasional (MONAS) (Tan & Ardiansyah, 2023).	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung ke kawasan Monas yang berasal dari keinginan untuk menghilangkan stress, relaksasi serta menjalin hubungan dengan orang baru atau mempererat hubungan dengan keluarga.
4.	Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung Ke Kota Tua Jakarta (Farida & Lestari, 2023).	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa faktor motivasi mempengaruhi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke kota tua Jakarta. Faktor motivasi yang mempengaruhi adalah seperti

No.	Judul dan Penulis Penelitian	Hasil Penelitian
		ingin mendapatkan pengetahuan yang baru, serta ingin melepaskan beban dari aktivitas sehari-hari dan lain-lain.
5.	Pengaruh Motivasi Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Museum Angkut Batu (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2016) (Tanaya et al., 2020).	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa adanya pengaruh yang dihasilkan oleh faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke museum Angkut Batu seperti faktor motivasi ingin mencoba hal yang baru serta menghilangkan rasa stress.

Penelitian-penelitian diatas menjelaskan bahwa adanya pengaruh motivasi terhadap keputusan berkunjung ke sebuah destinasi wisata khususnya wisata edukasi, namun dari penelitian-penelitian tersebut masih memiliki kelemahan. Penelitian-penelitian tersebut masih memiliki kelemahan yaitu cenderung meneliti faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata edukasi berbasis museum, serta destinasi wisata yang memiliki Sejarah. Untuk itu penelitian-penelitian tersebut masih dapat dikembangkan menjadi penelitian yang meriset tentang faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata edukasi berbasis kursus yang mempelajari bahasa asing khususnya bahasa Inggris. Sejauh ini masih belum ada peneliti yang meriset atau meneliti tentang faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke wisata edukasi yang bersifat kursus mempelajari Bahasa Inggris khususnya belajar Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare.

Kampung Inggris Pare adalah salah satu destinasi wisata berkonsep wisata edukasi yang memiliki atraksi wisata dengan menyediakan tempat belajar bahasa asing khususnya bahasa Inggris. Kampung Inggris Pare terletak di kota Kediri, Jawa timur dan pertama kali didirikan pada tahun 1977 oleh seorang santri bernama

Kalend Osen atau biasa dipanggil dengan nama panggilan “Mr Kalend”. Kampung Inggris Pare pertama kali didirikan memiliki tujuan untuk menjadi tempat bagi orang yang ingin belajar bahasa asing khususnya bahasa Inggris.

Kampung Inggris Pare saat ini sudah berkembang menjadi destinasi wisata edukasi yang dikenal oleh banyak orang. Banyak wisatawan yang berkunjung ke kampung Inggris Pare untuk belajar bahasa Asing khususnya bahasa Inggris. Hal ini bisa dilihat bahwa pada tahun 2019 badan pusat statistik menunjukkan jumlah wisatawan kampung Inggris Pare mencapai 276.120, data ini menunjukkan bahwa banyak wisatawan yang berkunjung ke kampung Inggris Pare. Data ini juga menunjukkan bahwa kampung Inggris Pare menjadi salah satu destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan serta menjadi destinasi wisata edukasi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan. Hal ini memberikan dampak yang positif bagi Kabupaten Kediri karena banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke kampung Inggris Pare.

Kampung Inggris Pare dapat menjadi salah satu destinasi wisata edukasi yang menarik dengan menawarkan daya tarik wisata yang unik yaitu memberikan edukasi kepada wisatawan untuk mempelajari berbagai macam hal, salah satunya mempelajari budaya baru yaitu belajar Bahasa Inggris. Belajar Bahasa Inggris pada umumnya biasa dilakukan pada masa sekolah, namun terkesan hanya mempelajari secara teori saja dan tidak terlalu banyak melakukan praktik secara langsung. Hal itu yang menjadi keunikan tersendiri bagi Kampung Inggris Pare yang berbeda dengan tempat belajar Bahasa Inggris pada umumnya. Kampung Inggris Pare memberikan pembelajaran Bahasa Inggris dengan metode praktik secara langsung. Metode ini dilakukan dengan cara menyediakan lingkungan yang mendukung wisatawan untuk belajar bahasa Inggris agar lebih fokus dan inten. Lingkungan tersebut dinamakan lingkungan wajib berbahasa Inggris. Lingkungan ini diciptakan untuk melatih kemampuan berbahasa Inggris dan membiasakan sesama wisatawan untuk berkomunikasi bahasa Inggris. Metode ini juga dilakukan bertujuan untuk mempercepat seseorang lancar berbahasa Inggris. Dibawah ini adalah contoh gambar dari lingkungan Kampung Inggris Pare.



Gambar 1. 1 Suasana Diskusi di Asrama



Gambar 1. 2 Suasana Praktek Langsung Bahasa Inggris

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa Gambar 1.1 adalah suasana diskusi di asrama pada saat program asrama berlangsung, sedangkan Gambar 1.2 adalah suasana praktek langsung Bahasa Inggris saat mengadakan acara makan Bersama. Dari kedua gambar diatas memberikan gambaran bahwa lingkungan di Kampung Inggris Pare sederhana dan santai, namun tetap memberikan edukasi terhadap wisatawan yang datang.

Metode tersebut menjadikan Kampung Inggris Pare mempunyai keunikan tersendiri karena metode ini jarang dilakukan oleh tempat-tempat kursus bahasa inggris pada umumnya sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan. Keunikan

tersebut ditampilkan sebagai faktor pendorong atau faktor motivasi utama yang menjadikan Kampung Inggris Pare memiliki nilai yang lebih dibandingkan kursus Bahasa Inggris pada umumnya. Hal ini menimbulkan fenomena baru bahwa wisatawan tertarik untuk berkunjung ke wisata edukasi khususnya Kampung Inggris Pare. Fenomena tersebut yang menjadi tujuan dari penelitian ini dilakukan. Tujuan dari penelitian ini yaitu ingin mengetahui pengaruh faktor motivasi dalam keputusan berkunjung ke kampung Inggris Pare, maka penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu adanya pengaruh dari faktor motivasi terhadap keputusan berkunjung ke Kampung Inggris Pare.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

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

1. Bagaimana pengaruh faktor – faktor motivasi wisata edukasi terhadap keputusan seseorang untuk berwisata ke Kampung Inggris Pare?
2. Bagaimana pengaruh faktor – faktor motivasi belajar terhadap keputusan seseorang untuk mempelajari Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare?
3. Faktor manakah yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan seseorang untuk mengunjungi Kampung Inggris Pare?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh faktor – faktor motivasi wisata edukasi terhadap keputusan seseorang untuk berwisata ke Kampung Inggris Pare.
2. Menganalisis pengaruh faktor – faktor motivasi belajar terhadap keputusan seseorang untuk mempelajari Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare.
3. Mengidentifikasi faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan seseorang untuk mengunjungi Kampung Inggris Pare.

1.4. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu manfaat penelitian berdasarkan teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat:

- Berkontribusi pada pengembangan teori motivasi wisatawan, dengan fokus pada kunjungan ke destinasi wisata edukasi.
- Memperluas wawasan di bidang pariwisata edukasi mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata berbasis pembelajaran bahasa.
- Memberikan masukan dan menjadi referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya yang relevan dengan topik motivasi wisata edukasi dan keputusan berkunjung.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat:

- Menyediakan implikasi manajerial bagi pengelolaan destinasi wisata edukasi, seperti Kampung Inggris Pare.
- Memberikan gambaran bagi pengelola destinasi wisata edukasi untuk mengembangkan program dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
- Menjadi panduan bagi wisatawan dalam memahami daya tarik Kampung Inggris Pare, sehingga membantu mereka membuat keputusan berkunjung yang lebih terinformasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami Laporan Tesis ini, berikut merupakan gambaran sistematika penulisan pada setiap bab.

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I ini berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat dari adanya penelitian ini, serta sistematika penulisan Laporan Tesis yang dibuat.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB II ini menyajikan kajian teori, penelitian – penelitian terdahulu yang mendukung penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB III ini terdiri dari desain penelitian, partisipan, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini menyajikan hasil temuan dan pembahasan dari hasil temuan penelitian.

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Pada BAB V ini terdiri dari kesimpulan hasil penelitian, implikasi yang berdampak, dan rekomendasi yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang referensi – referensi yang digunakan pada penelitian ini untuk mendukung proses penyelesaian Laporan Tesis Magister Pariwisata.

LAMPIRAN

Berisi tentang lampiran – lampiran yang dilakukan selama penelitian berlangsung sebagai pendukung penyelesaian Laporan Tesis ini.