BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi sektor industri yang sangat besar di dunia. Pertumbuhuan pariwisata saat ini merupakan bentuk nyata dari perjalanan sebuah bisnis global yang memang sangat menjanjikan karena pertumbuhan pariwisata itu sendiri mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dunia yang dihasilkan dari pergerakan wisatawannya. Terutama dengan negara yang sangat mengandalkan pariwisatanya. Akhir-akhir ini pariwisata di Indonesia sangat digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Pariwisata mempunyai prospek yang sangat baik untuk masa depan bagi Negara Republik Indonesia. Data yang ditunjukkan dari UNWTO (*United Nations World Tourism Organization)* diperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi pergerakkan sebanyak 1,6 miliar wisatawan dengan total perbelanjaan sebesar USD 2.000 miliar. Angka yang cukup fantastis ini hanya dihasilkan oleh wisatawan internasional saja di luar biaya transportasi yang dikeluarkan. Dengan masuknya Era Globalisasi yang dimana setiap unit kehidupan yang ada pada saat ini sangat saling berhubungan satu dengan yang lainnya, ada fasilitas yang mendukung pergerakkan para manusia dalam setiap aktifitasnya.

Pesatnya perkembangan pariwisata didukung oleh kondisi geografis dan keindahan alam di suatu negara. Kemewahan budaya dan keramahan penduduk lokal juga menjadi salah satu pendukungnya. Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alam dan budaya, dari Sabang sampai Merauke menyimpan masing-masing pesona alamnya.

Pembangunan yang dilaksanakan dengan baik oleh pemerintah beserta seluruh komponen bangsa sesungguhnya merupakan upaya sistematis dan berkelanjutan dalam meningkatkan harkat, martabat, dan kesejahteraan baik material maupun

spiritual bagi masyarakat sehingga dapat berdiri sejajar dalam interaksi sosial dengan masyarakat lainnya

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA MENURUT PINTU MASUK BANDARA TAHUN 2004-2014

Tahun	Bandara					Jumlah
	Soekarno Hatta	Ngurah Rai	Polonia/ Kualanamu	Batam	Bandara Lainnya	
2004	1 005 072	1 525 994	97 087	1 527 132	1 165 880	5 321 165
2005	1 105 202	1 454 804	109 034	1 024 758	1 308 303	5 002 101
2006	1 147 250	1 328 929	110 405	1 012 711	1 272 056	4 871 351
2007	1 153 006	1 741 935	116 614	1 077 306	1 416 898	5 505 759
2008	1 464 717	2 081 786	130 211	1 061 390	1 496 393	6 234 497
2009	1 390 440	2 384 819	148 193	951 384	1 448 894	6 323 730
2010	1 823 636	2 546 023	162 410	1 007 446	1 463 429	7 002 944
2011	1 933 022	2 788 706	192 650	1 161 581	1 573 772	7 649 731
2012	2 053 850	2 902 125	205 845	1 219 608	1 663 034	8 044 462
2013	2 240 502	3 241 889	225 550	1 336 430	1 757 758	8 802 129
2014	2 246 437	3 731 735	234 724	1 454 110	1 768 405	9 435 411

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2015

Dengan tabel 1.1 tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan terbanyak berdasarkan pintu masuk wisatawan yaitu pada pintu masuk bandara Ngurah Rai yang berada di Provinsi Bali ditiap tahunnya dengan jumlah 3.731.735

wisatawan pada tahun 2014. Pada tahun-tahun sebelumnya pun bandara Ngurah Rai Bali berada di peringkat pertama dan disusul oleh bandara Soekarno-Hatta.

Industri pariwisata di Indonesia berkembang dengan pesat. Dengan semakin majunya sumber daya manusia pariwisata Indonesia sehingga dapat mengembangkan potensi wisata Indonesia. Hal tersebut juga yang menjadi salah satu faktor penyebab wisatawan mancanegara datang berkunjung ke Indonesia dan membantu untuk menambah devisa Indonesia.

Tidak hanya wisatawan Mancanegara saja yang dapat melakukan kegiatan berwisata. Wisatawan Nusantara/Domestik pun dapat melakukan kegiatan berwisata. Pusdatin dan Badan Pusat Statisik pun mencatat perkembangan wisatawan domestik yang melakukan kegiatan wisata.

TABEL 1.2
PERKEMBANGAN JUMLAH WISATAWAN NUSANTARA/DOMESTIK
TAHUN 2009-2013

Tahun	Perjalanan (ribuan)	Rata - rata Perjalanan (kali)	Pengeluaran Per Perjalanan (ribu Rp)	Total Pengeluaran (triliun Rp)
2009	229,731	1.92	600.30	137.91
2010	234,377	1.92	641.76	150.41
2011	236,752	1.94	679.58	160.89
2012	245,290	1.98	704.68	172.85
2013	250,036	1.92	711.26	177.84

Sumber : Pusdatin Kemenparekraf & BPS

Pada tabel 1.2 tersebut, didapatkan bahwa setiap tahunnya jumlah perjalanan wisatawan domestik mengalami kenaikan maupun peningkatan. Untuk peningkatan yang cukup signifikan didapat pada tahun 2011-2012. Hal tersebut berarti bahwa minat wisatawan nusantara/domestik untuk mengunjungi suatu destinasi di Indonesia sangatlah besar dari tahun ke tahun nya.

Menanjaknya pengunjung yang datang ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini berdampak juga pada menaiknya wisatawan yang berkunjung ke provinsi Banten. Kota yang bersebelahan dengan Daerah Khusus Ibukota ini pun memiliki karakteristik wisatanya yang berbeda-beda di setiap kota dan kabupaten di wilayah Banten itu sendiri. Salah satu kota yang terkena dampak dari berkembangnya pariwisata di Provinsi Banten adalah kota Tangerang Selatan.

Tangerang selatan merupakan kota paling timur dari provinsi Banten. Batas wilayah Kota Tangerang Selatan yaitu kota Tangerang di sebelah utara, Kabupaten Tangerang di sebelah barat, Kota Bogor di sebelah selatan, dan Provinsi DKI Jakarta di bagian timur. Hal yang menguntungkan bagi kota Tangerang Selatan adalah dengan berdekatan nya jarak dengan ibukota DKI Jakarta.

Tangerang selatan sebagai kota yang sedang berkembang akibat dari pemisahan diri dari kota Tangerang. Tetapi, dalam beberapa tahun terakhir pariwisata di Tangerang Selatan mulai membangun beberapa daya tarik wisata yang dapat membuat wisatawan datang ke kota ini, wilayah yang paling sering di kunjungi wisatawan di daerah Tangerang Selatan ini adalah daerah Bumi Serpong Damai (BSD) dan juga wilayah Bintaro yang berbatasan langsung dengan kota Jakarta. Kota Tangerang Selatan yang notabene kota yang baru berdiri mempunyai tagline “Big City Big Opportunity”. Hal ini menunjukan bahwa Tangerang Selatan memang memfokuskan perekonomiannya dari sektor pariwisata. Terlihat dalam beberapa tahun terakhir kota Tangerang Selatan sedang memperbanyak daya tarik wisata nya dalam mengembangkan pariwisata di kota Tangerang.

Setiap daerah tentu memiliki keunggulan komparatif yang dapat dikembangkan secara kompetitif sehingga memiliki efek yang banyak baik bagi daerah itu sendiri maupun bagi masyarakatnya. Sejalan dengan prinsip berwisata untuk melihat, untuk melakukan suatu aktifitas tertentu dan untuk mendapatkan barang tertentu, maka sangat dibutuhkan ketersediaan data informasi atas fasilitas dan infrastruktur serta surfrastruktur kepariwisataan daerah yang dapat dijadikan referensi

berharga bagi para wisatawan atas keunggulan suatu daerah dan atas apa yang dapat mereka nikmati di daerah tersebut.

Provinsi Banten memiliki delapan kabupaten/kota yang berada di wilayah Provinsi Banten, Kota Tangerang Selatan merupakan satu-satunya kota yang tidak memiliki teritori laut dan pantai. Namun bukan berarti bahwa kota ini tidak memiliki nilai jual pariwisata yang unggul dibandingkan dengan daerah lainnya. Hanya saja hal tersebut jelas membutuhkan terdapatnya perencanaan kepariwisataan daerah yang komprehensif dan berkelanjutan sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi Kota Tangerang Selatan untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara agar berkunjung ke Kota Tangerang Selatan.

Salah satu daya tarik wisata yang terkenal dan terus berkembang keberadaannya di Kota Tangerang Selatan adalah Taman Kota. Taman kota adalah sebuah hutan buatan yang berfungsi sebagai paru-paru kota penghirup polusi di jantung BSD City ini terletak di Jl. Tekno Widya, Taman Tekno. Track untuk joggingnya pun dibuat lebih lebar agar dapat berolahraga dengan lebih nyaman, datarannya yang naik turun seperti ada dipegunungan dan suasananya yang sejuk di pagi hari,

Taman Kota merupakan salah satu dari daya tarik wisata, hal ini sesuai dengan definisi dari Riswandi (2008, hlm.17) yang mengatakan bahwa Taman kota merupakan bagian dari penataan ruang perkotaan yang berfungsi sebagai kawasan lindung. Kawasan hijau kota terdiri atas pertamanan kota, kawasan hijau hutan kota, kawasan hijau rekreasi kota, kawasan hijau kegiatan olahraga, kawasan hijau pekarangan. Ruang terbuka hijau di klasifikasi berdasarkan status kawasan, bukan berdasarkan bentuk dan struktur vegetasinya. Sedangkan menurut Suharto (2005, hlm.5) Taman Kota bermanfaat untuk mengendalikan suhu, panas sinar matahari, memperbaiki kualitas udara, untuk sarana bermain, rekreasi, kesenangan, kegembiraan, kenyamanan sebagai pembatas fisik.

Memang benar bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat mempengaruhi perekonomian di Kota Tangerang Selatan. Sektor pariwisata juga dapat menjadikan pendapatan di masyarakat menjadi merata dan juga meningkatkan kualitas hidup dari masyarakat lokal itu sendiri. Sektor pariwisata harus meningkatkan sarana dan prasarana dari suatu objek wisata agar dapat menaikkan kualitas hidup dan juga memenuhi kebutuhan bagi wisatawan khususnya wisatawan lokal dan menyadari bahwa wisatawan lokal pun harus diberikan perhatian lebih.

Wisatawan domestik atau lokal memang tidak mendatangkan devisa bagi negara, tetapi tidak bisa dipandang remeh soal kemampuannya menggerakkan perekonomian negara. Wisatawan lokal yang berlibur ke daya tarik wisata didaerah lain, mampu menghidupkan mulai dari industri penerbangan, angkutan laut,, angkutan darat, perhotelan, industri kreatif dan banyak lagi. Bila terjadi krisis *financial global* ataupun jika pemerintah ngara-negara yang merupakan pasar primer wisatawan mancanegara mengeluarkan *travel warning* terhadap Indonesia, tentu sektor pariwisata dan industri kreatif hanya bisa bertahan hidup dari pergerakan wisatawan lokal itu sendiri.

Pemerintah ataupun pengelola objek wisata Taman Kota harus giat mempromosikan daya tarik wisatanya kepada masyarakat lokal. Tetapi, promosi saja belum cukup. Para pemangku kepentingan didaerah harus memberikan layanan kepada wisatawan lokal sama baiknya ketika melayani para wisatawan asing. Selain tak pernah lelah mengkampanyekan sapta pesona, para kepala daerah melalui Dinas Pariwisata nya, wajib menyediakan berbagai fasilitas pendukung agar memudahkan wisatawan lokal ketika ingin berkunjung ke Taman Kota.

TABEL 1.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE DAYA TARIK WISATA TAMAN KOTA TAHUN 2010-2014

No	Tahun	Jumlah Kunjungan
1	2010	58.407
2	2011	70.823
3	2012	64.639
4	2013	56.792
5	2014	42.718

Sumber: Pengelola Taman Kota

Dalam tabel tersebut menunjukan bahwa daya tarik wisata Taman Kota mengalami kenaikan jumlah kunjungan dari tahun 2010 hingga 2011. Namun pada tahun 2011 hingga 2014 Taman Kota mengalami penurunan jumlah kunjungan yang cukup besar. Penurunan tersebut bisa berdampak pada tidak tercapainya target perusahaan yang menargetkan sebanyak 100.000 ribu pengunjung setiap tahunnya dan juga dapat menyebabkan kerugian financial karena berbagai upaya yang telah dilakukan dengan menghabiskan biaya yang cukup besar untuk membuat destinasi Taman Kota ini. Taman Kota merupakan salah satu daya tarik wisata yang dapat berpotensi sebagai wisata unggulan dengan keberagaman atraksi wisata yang bervariatif di Kota Tangerang Selatan ini. Selain itu Taman Kota memiliki potensi sebagai wisata rekreasi yang dapat dijadikan sebagai alternative pertama bagi wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata di Tangerang Selatan.

Pada dasarnya keputusan untuk melakukan perjalanan wisata diadaptasi dari teori keputusan berkunjung, yaitu seseorang mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan dan pengalaman. Menurut Kotler dan Keller (2012, hlm.170), proses pengambilan keputusan seseorang wisatawan melalui lima fase yaitu pemilihan produk wisata, pemilihan suatu merek, pemilihan saluran pembelian, pemilihan waktu kunjungan, dan jumlah kunjungan.

Menurut Hudson (2008, hlm.40) mengungkapkan perilaku konsumen merupakan bagian dari manajemen pemasaran pariwisata. Dengan memahami pola perilaku wisatawan maka pemasar dapat mengetahui dan menargetkan keinginan atau kebutuhan wisatawan. Pemasar perlu memahami aspek terkait mengenai perilaku konsumen dalam pariwisata diantaranya mengenai motivasi wisatawan dan proses keputusan berkunjung.

Menurut Page (2009, hlm.87) mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang terkait perilaku konsumen dalam melakukan dan mempengaruhi keputusan untuk berkunjung diantaranya faktor ekonomi, faktor social-psikologis dan eksogen. Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, preferensi, demografis, dan sikap. Untuk menarik wisatawan dan memaksimalkan jumlah kunjungan pihak pengelola wisata Taman Kota perlu melakukan pendekatan mengenai perilaku wisatawan yaitu dengan mengidentifikasi dan mengetahui pemahaman tentang motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata.

Motivasi seseorang untuk berwisata timbul oleh beberapa keinginan yang sudah menjadi sifat manusia seperti menyelidiki atau mengenal hal-hal yang belum dikenal. Perjalanan wisata yang dilakukan ini memiliki motivasi yang bervariasi dan setiap orang belum tentu sama motivasinya dalam melakukan perjalanan wisata.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri. Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dan memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang. Seperti yang telah dikemukakan oleh Page (2008, hlm.64) bahwa motivasi merupakan salah satu faktor psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung. Dengan mengetahui motivasi wisatawan dapat memberikan informasi bagi pengelola wisata dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan

wisatawan selama mereka mengunjungi suatu kawasan wisata. Pada dasarnya seseorang melakukan suatu kunjungan wisata di motivasi oleh beberapa hal. menurut Jie Zhang dan Carl Marcussen (2007) bahwa motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan diantaranya adalah *Nature, Value for Money, Physical Activities.*

Nature, yaitu motivasi wisatawan seperti merelaksasikan tubuh, menikmati keadaan, suasana di daya tarik wisata. Di Taman Kota wisatawan dapat menikmati udara yang sejuk dengan dikelilingi pohon yang rindang.

Value for Money yaitu motivasi wisatawan dengan alasan keterjangkauan transportasi ke tujuan destinasi, harga tiket yang murah, dan biaya lainnya yang terjangkau. Untuk mencapai objek destinasi ini sangat mudah jika ditempuh menggunakan angkutan umum maupun kendaraan pribadi karena letak nya yang ditengah kota. Lalu, biaya tiket masuk nya pun terbilang murah yaitu Rp.5000,-

Physical Activities, yaitu motivasi wisatawan seperti melakukan aktivitas seperti berolahraga, dan kegiatan lainnya. Di Taman Kota menyediakan lapangan terbuka untuk berolahraga seperti bermain sepakbola, bulutangkis atau kegiatan olahraga lainnya. Lalu di Taman Kota juga terdapat jogging track yang disediakan untuk wisatawan yang ingin berlari kecil.

Motivasi dan persepsi wisatawan dalam mengunjungi daya tarik Taman Kota ini semakin kuat dengan didukung beberapa bukti diantaranya adalah bangunan tradisional dan juga jembatan merah yang sangat populer bagi masyarakat kota Tangerang Selatan dan juga ada jogging track untuk melakukan kegiatan fisik. Dengan memperhatikan motivasi wisatawan diharapkan dapat membantu pengelola destinasi untuk mngetahui sejauh mana keinginan dan kebutuhan wisatawan lokal dalam melakukan kegiatan wisata, kemudian membantu pihak pengelola dalam meningkatkan fasilitas dan pelayanan seperti yang diinginkan oleh wisatawan, dengan demikian dapat memaksimalkan jumlah kunjungan wisatawan lokal ke daya tarik wisata Taman Kota.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu melakukan penelitian megenai **"Pengaruh Motivasi Wisatawan Lokal Terhadap Keputusan Berkunjung ke Taman Kota di Kota Tangerang Selatan".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran Motivasi wisatawan di daya tarik wisata Taman Kota
2. Bagaimana gambaran keputusan berkunjung wisatawan di daya tarik wisata Taman Kota
3. Bagaimana Pengaruh Motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke Taman Kota

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini ditujukan untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai motivasi wisatawan di daya tarik wisata Taman Kota
2. Untuk memperoleh temuan mengenai keputusan berkunjung wisatawan di daya tarik wisata Taman Kota
3. Untuk memperoleh temuan mengenai Pengaruh Motivasi Terhadap keputusan berkunjung ke Taman Kota di Kota Tangerang Selatan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kepentingan teoritis

Secara Teoritis yaitu sebagai bentuk pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata khususnya pada manajemen pemasaran destinasi mengenai kajian pengaruh Motivasi terhadap keputusan berkunjung serta

dapat memberikan gambaran yang luas bagi peneliti-peneliti yang akan melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah yang sama.

1.4.2 Kepentingan praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan masukan terutama bagi objek wisata Taman Kota diharapkan dapat memberikan masukan khususnya untuk melakukan pengaruh Motivasi terhadap keputusan berkunjung sebagai daerah hijau yang bermanfaat agar mendapat persepsi yang baik di mata konsumen.