

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia ini banyak sekali daerah yang memiliki potensi wisata yang besar. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak potensi sumber daya pariwisata untuk dikembangkan, di antaranya Kabupaten Garut. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Garut 2005-2025, dikatakan bahwa penguatan struktur perekonomian daerah yang dapat menjadi fokus perhatian pada pelaksanaan pembangunan di Kabupaten Garut saat ini adalah sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata dapat menggerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya termasuk sektor pertanian (Hanapi, 2019).

Dengan demikian, dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, dinyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan menjadi salah satu sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait. sehingga lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah, dan pendapatan negara serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan Nasional (BPHN, 2017).

Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kabupaten Garut 2005-2025, bahwa penguatan struktur perekonomian daerah yang dapat menjadi fokus perhatian pada pelaksanaan pembangunan di Kabupaten Garut adalah bidang pariwisata. Potensi Kabupaten Garut dalam bidang pariwisata mencakup alam, seni budaya, dan minat khusus. Adapun potensi obyek dan daya tarik wisata Kabupaten Garut cukup beragam baik dari sisi produk wisata maupun pasar wisatawan yang tersebar di berbagai kawasan.

**Tabel 1. 1**  
**Zona Wisata Garu**

Zona Wisata	Satuan Kawasan Wisata
1. Zona Wisata Garut Utara	- SKW Cipanas - SKW Cangkuang - SKW Ngamplang - SKW Godog

Zona Wisata	Satuan Kawasan Wisata
2. Zona Wisata Garut Selatan	- SKW Kawah Darajat
	- SKW Gunung Papandayan
	- SKW Pamengpeuk
	- SKW Sancang
	- SKW Rancabuaya

Sumber: Tawakal (2017)

Berdasarkan Tabel 1.1 kawasan wisata tersebut termasuk ke bagian potensi dari segi produksi yang terbagi menjadi tiga bagian yaitu obyek wisata alam, wisata budaya, dan wisata minat khusus. Selain itu pariwisata Garut juga didukung oleh unsur 3A (atraksi, amenitas, dan aksesibilitas) yang memadai. Untuk atraksi alam, Garut sejak lama dikenal sebagai *Swiss van Java* dengan pemandangan Gunung Papandayan. Garut juga memiliki Pantai Santolo, Pemandian Air Panas Cipanas, Puncak Darajat Pass, Kampung Sampireun, Kawah Talaga Bodas, Kawah Kamojang. Selain itu Garut juga terkenal dengan seni budaya antara lain Kesenian Adu Domba, Badeng, Surak Ibra, Raja Dogar, serta peninggalan Sejarah Candi Cangkuang yang berpotensi menjadi daya tarik wisata (Dewi, 2019).

Potensi yang dimiliki oleh kabupaten yang dijuluki *Swiss van Java* ini seolah menjadi harta karun yang tersembunyi sebagai modal kemajuan pariwisata Indonesia. Dari data yang didapatkan dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut, hingga saat ini Garut memiliki sekitar 42 lokasi objek serta daya tarik wisata yang tersebar di daratan seluas 3.074 Km (Amanda, 2016).

Dengan segala potensi sumber kekayaan alam, seni dan kebudayaan yang dimiliki oleh Kabupaten Garut, seharusnya dapat menjadikan segala potensi tersebut memiliki nilai jual lebih dan menjadi pilihan bagi para wisatawan untuk mengunjungi Garut. Namun sejak diluncurkannya pada tahun 2014, hingga saat ini kepariwisataan Kabupaten Garut belum menunjukkan perkembangan yang berarti namun malah sebaliknya, dapat terlihat jelas pada Tabel 1.2

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Garut 2012-2019**

Tahun	Target	Realisasi			
		Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Total	
2012	1.954.663	6020	2.008.746	2.014.766	
2013		2.119.663	6344	2.247.937	2.254.281
2014		2.323.801	6444	2.418.702	2.425.146
2015		2.400.000	6820	2.442.147	2.448.967
2016		2.500.000	6004	2.483.523	2.489.527
2017		2.600.000	5014	2.512.218	2.517.232
2018		2.700.000	3113	2.753.365	2.756.478
2019		2.800.000	3011	2.153.739	2.156.739

*Sumber: BPS Kab Garut (2020)*

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 menurun dibandingkan tahun sebelumnya, serta terdapat sebuah kesenjangan antara target dan jumlah realitas wisatawan yang berkunjung ke Garut. hal ini tentu menjadi masalah karena tidak tercapainya target yang diharapkan. Adapun pada penelitian Ida Ayu Dyana Prawerti (2015) terdapat faktor-faktor yang menyebabkan kunjungan wisata menurun di antaranya faktor atraksi, faktor keamanan, faktor harga, dan faktor efisiensi waktu. Faktor tersebut relevan dengan fakta lapangan yang dikemukakan oleh sekretaris Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) yakni *event* pariwisata di Garut belum berdampak banyak meningkatkan kunjungan wisatawan. Padahal salah satu alasan wisatawan berkunjung disebabkan ketertarikannya dengan atraksi festival daerah (PHRI, 2019).

Selain faktor-faktor tersebut ada hal lain yang menyebabkan kunjungan ke Garut menurun yaitu buruknya infrastruktur jalan menyebabkan kemacetan sehingga berdampak pada wisatawan yang mengurungkan niatnya berkunjung ke Garut. Bagaimana pun infrastruktur jalan yang bagus akan berdampak positif untuk mendongkrak pariwisata dan ekonomi masyarakat di Garut, sehingga

kunjungan wisatawan pun akan meningkat dan terciptanya target yang terealisasi (Purnama, 2019).

Dari faktor-faktor tersebut mengindikasikan bahwa wisatawan kurang puas sehingga terjadi penurunan jumlah wisatawan. Oleh karena itu dibutuhkan kajian yang mendalam untuk mengetahui faktor-faktor penarik (*pull*) motivasi wisatawan berkunjung ke Garut serta menganalisis kebutuhan dan keinginan wisatawan agar wisatawan puas. Konsep *pull motivation* sendiri merupakan mekanisme yang paling banyak dikutip untuk menjelaskan apa yang memotivasi wisatawan berkunjung ke destinasi tersebut. Hal ini sangat penting untuk diidentifikasi karena dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, akan dapat diketahui juga keinginan dan kebutuhan dari wisatawan muslim berkunjung ke Kabupaten Garut. Karena itu, penting untuk mendapatkan gambaran motivasi yang jelas sehingga dapat merespon tingkat kepuasan wisatawan (Sastre & Phakdee-Auksorn, 2017).

Kemudian fenomena ini di perkuat dengan beberapa ulasan *google review* terendah wisatawan berkunjung ke objek wisata Garut masih terdapat wisatawan yang kurang puas dengan adanya fasilitas musala dan tempat ibadah yang kurang bersih dan tidak terawat hal ini mengindikasikan adanya wisatawan yang kecewa dan kurang puas terlebih kepada ketersediaan musala dan alat ibadah, hal ini bisa saja mempengaruhi kepuasan wisatawan (Eksa, 2019).

Berbicara mengenai kepuasan wisatawan, kepuasan pada sektor pariwisata merupakan objek yang sangat sensitif, dan kepuasan wisatawan memiliki dampak yang signifikan pada keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada yang lain (Tz-Li Wang, 2017). Dari beberapa ulasan yang menunjukkan kurang puas dengan fasilitas ibadah yg ada pada objek wisata Kabupaten Garut menunjukkan kesan tidak baik pada objek wisata tersebut. Padahal fasilitas ibadah dan makanan halal sangat penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.

**Tabel 1.3**  
**Kebutuhan Dasar Wisatawan Muslim**

No	Kebutuhan Dasar Wisatawan Muslim
1	Kebutuhan sarana dan prasarana untuk beribadah
2	Kebutuhan akan makanan yang terjamin kehalalannya

- 
- 3      Kebutuhan akan aktivitas wisata yang tidak bertentangan dengan nilai Islam unsur pornografi (maksiat) dan kemungkaran
- 

*Sumber: KEMENPAR (2018)*

Dalam hal ini atribut tujuan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan dan menyebabkan konsumen akan loyal, atribut tujuan dapat membuat citra positif untuk meningkatkan tingkat kunjungan wisatawan muslim. *Islamic attributes* sendiri merupakan faktor-faktor yang mencakup kebutuhan muslim seperti menyediakan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang lengkap. Wisatawan muslim dituntut untuk mengikuti ajaran Islam yang secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada keputusan mereka mengenai pentingnya dan peluang berwisata. Dengan asumsi bahwasanya agama mempengaruhi tujuan wisata wisatawan muslim, maka penting untuk memastikan bahwa ketentuan-ketentuan Islam dalam pelayanan wisata terpenuhi, hal ini dapat memberikan kepuasan wisatawan (M. Battour & Ismail, 2014).

Penelitian ini juga menggunakan teori *Islamic Attributes* yang di adaptasi dari penelitian Rahman (2014), dalam penelitiannya *Islamic Attributes* di sebuah negara muslim dapat menarik wisatawan muslim. Lalu M. Battour & Ismail (2014) Menyebutkan bahwa fasilitas ibadah, seperti masjid, arah kiblat dan wudhu merupakan elemen penting bagi wisatawan muslim ketika mereka berlibur. Selanjutnya terdapat sejumlah penelitian yang menganalisis kepuasan wisatawan hasilnya *Islamic Attributes* dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan muslim (Al Shamaileh & Alnaser, 2018). Namun fakta lapangan menunjukkan bahwa jarak musala cukup jauh dan peralatan ibadah shalat seperti mukena dan sarung tidak layak pakai, hal ini bisa saja berdampak pada kepuasan wisatawan muslim, terlebih mayoritas yang berlibur ke objek wisata Garut yaitu beragama muslim.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Hanifah (2018) mengenai kepuasan wisatawan menunjukkan hasil analisis bahwa *pull motivation* dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan, namun terdapat perbedaan hasil analisis pada penelitian Kalebos (2016) yang menunjukkan bahwa faktor daya tarik wisata alam tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan dianggap sebagai salah satu indikator utama kesetiaan, karena orang yang puas

cenderung mengunjungi kembali atau membeli kembali (Brandano, Osti, & Pulina, 2019). Di sisi lain, motivasi wisatawan dapat mempengaruhi kepuasan mereka (Alrawadieh, Prayag, Alrawadieh, & Alsalameen, 2019).

Terdapat perbedaan analisis penelitian dan fakta lapangan mengenai kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk penelitian yang komprehensif tentang *Islamic attributes*, faktor-faktor *pull motivation* dan efeknya pada kepuasan wisatawan muslim. Untuk itu, dengan melihat fenomena yang terjadi saat ini serta pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Pull Motivation dan Islamic Attribute terhadap Kepuasan Wisatawan Muslim di Kabupaten Garut**”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Kepariwisata Kabupaten Garut belum menunjukkan perkembangan yang berarti namun malah sebaliknya, terlihat jelas pada data menurunnya kunjungan wisatawan ke Garut pada tahun 2019 (Tawakal, 2017).
2. Kunjungan wisatawan ke Garut menurun pada tahun 2019 dari 2.753.365 menjadi 2.153.739 wisatawan (BPSGarut, 2020).
3. Terdapat kesenjangan target dan realitas wisatawan yang berkunjung ke Garut (BPSGarut, 2020).
4. Event pariwisata di Garut belum berdampak banyak meningkatkan kunjungan wisatawan (PHRI, 2019).
5. Buruknya infrastruktur jalan menyebabkan kemacetan sehingga berdampak pada wisatawan yang mengurungkan niatnya berkunjung ke Garut (Purnama F. , 2019)
6. Terdapat ulasan wisatawan yang kurang puas dengan fasilitas musala dan tempat ibadah yang kurang bersih dan tidak terawat (Eksa, 2019).

## 1.3. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana tingkat *pull motivation*, *Islamic attributes* dan tingkat kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung ke Kabupaten Garut?

2. Apakah tingkat *pull motivation* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim?
3. Apakah tingkat *Islamic attribues* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kepuasan wisatawan muslim berkunjung ke Garut. Serta untuk mengetahui dan membuktikan secara empiris bagaimana variable tingkat *pull motivation*, tingkat *Islamic attributes* terhadap tingkat kepuasan wisatawan muslim berkunjung ke Garut

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang bisnis Islam khususnya industri halal mengenai tingkat kepuasan wisatawan muslim yang berkunjung ke Garut dan dapat memberikan tambahan informasi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan kepada pebisnis/agen tour wisata Kabupaten Garut untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan wisatawan sehingga tercapainya kepuasan Wisatawan

