

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia. Perkembangan pariwisata dunia setiap tahun semakin meningkat baik dari jumlah kunjungan wisatawan maupun dari segi pembelanjannya. Menurut Barometer Pariwisata Dunia *World Tourism Organization* (WTO) jumlah wisatawan internasional senantiasa meningkat secara berkelanjutan, sebagaimana dapat dilihat dari gambaran statistik yaitu tumbuh sekitar 3% yaitu mencapai 1.035 miliar wisatawan dan pertama kalinya dalam sejarah pada tahun 2012. Hal tersebut diperkirakan akan terus meningkat sekitar 4% pada tahun 2013, jauh dengan perkiraan jangka panjang untuk tahun 2030 sekitar 3,8% per tahun. Pandangan tersebut diperkuat oleh indeks WTO dan para ahli diseluruh dunia. Melihat hal tersebut pariwisata akan menjadi pendorong utama bagi perekonomian dunia dan menjadi salah satu industri yang mengglobal. (<http://media.unwto.org/en/press-release/2013-01-28/international-tourism-continue-robust-growth-2013>).

Akan tetapi peranan pariwisata bukan hanya tentang masalah ekonomi yang telah dikemukakan di atas, melainkan juga masalah sosial, budaya dan politik. Pariwisata adalah suatu sistem yang bersifat multikompleks, dengan berbagai aspek yang saling terkait dan saling mempengaruhi antar sesama. Dalam hal ini pariwisata telah menjadi sektor penggerak dinamika masyarakat, dimana sektor kegiatan pariwisata seperti transportasi, akomodasi, dan destinasi dapat memicu perkembangan dan pertumbuhan taraf hidup masyarakat, sebagai salah satu sektor

yang memiliki kontribusi penting terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan penghidupan yang layak.

Melihat gambaran angka WTO tentang perkembangan wisatawan internasional tersebut, maka selaku para pelaku pariwisata Indonesia harus dapat menangkap peluang yang ada dan melakukan perencanaan agar pariwisata Indonesia dapat terus berkembang dan tidak kalah bersaing dengan pariwisata di negara lain. Hal tersebut dapat dilakukan dengan diimbangnya pengembangan dan penataan produk pariwisata serta promosi yang dilakukan. Beberapa upaya atau program yang dilakukan untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia, pihak Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melakukan promosi secara intensif ke pasar-pasar besar seperti China, Korea, Jepang, Australia dan negara-negara Eropa. Mengembangkan situs *www.indonesiatravel.biz* untuk mendukung promosi industri pariwisata Indonesia. Tahun 2013 pemerintah Indonesia menggelar beberapa mega *event* sebagai ajang promosi pariwisata Indonesia diantaranya pertemuan tingkat menteri *World Trade Organization (WTO)*, dan pemilihan *Miss World* yang diselenggarakan di Bali- Indonesia.

Indonesia berada di daerah garis khatulistiwa yang memiliki keanekaragaman daya tarik wisata baik wisata alam dan budaya yang dapat menarik wisman untuk datang berkunjung. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar dan berpenduduk terbanyak di dunia. Daya tarik wisata di Indonesia didukung dengan warisan budaya yang kaya dan mencerminkan sejarah serta keberagaman etnis Indonesia yang dinamis dengan 719 bahasa daerah yang

dituturkan di seluruh kepulauan yang ada. Keramahtamahan penduduk Indonesia menjadi salah satu faktor utama dalam menarik wisman untuk berkunjung. Salah satu motivasi wisman berkunjung yaitu ingin mengetahui kebudayaan, keunikan dan keindahan alam yang berbeda dari negara asalnya, mencari pengalaman dan kepuasan.

Selain wisman yang melakukan kunjungan ke Indonesia, wisatawan nusantara (wisnus) memiliki peranan besar terhadap pariwisata Indonesia. Pertumbuhan wisnus dapat memberikan sumbangsih besar dalam meningkatkan perkembangan pariwisata di Indonesia. Salah satu provinsi yang banyak dikunjungi oleh wisman dan wisnus setelah Bali adalah provinsi Jawa Barat.

Jawa Barat memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata. Keanekaragaman dan keunikan daya tarik wisata di berbagai kabupaten atau kota di Jawa Barat menjadikan acuan wisnus untuk melakukan kunjungan wisata. Hal tersebut dapat dilihat pada jumlah kunjungan wisnus yang datang ke Jawa Barat yang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Menurut UU Kepariwisata No.10 Th.2009 Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Berikut dapat dilihat pada Tabel 1.3 jumlah kunjungan wisnus ke Jawa Barat.

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
YANG DATANG KE JAWA BARAT
TAHUN 2009-2012

Keterangan	2009	2010	2011	2012
Wisnus	24.880.778	25.767.370	26.887.397	28.508.400
Persentase	23,4%	24,3%	25,3%	26,8%

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat,2012

Berdasarkan Tabel 1.1 Kunjungan wisnus yang datang ke Jawa Barat mengalami fluktuasi kenaikan. Jumlah presentase kenaikan tertinggi yaitu pada tahun 2012 sebesar 26,8% dari tahun sebelumnya 2011 sebesar 25,3%. Kenaikan pada kunjungan wisnus tersebut tidak terlepas dari beberapa daya tarik wisata yang terdapat di Jawa Barat.

Jawa Barat memiliki keberagaman daya tarik wisata seperti wisata alam, budaya dan wisata minat khusus. Keanekaragaman daya tarik wisata memberikan alternatif pilihan bagi wisnus untuk melakukan kegiatan wisata. Jawa Barat memiliki potensi pariwisata untuk lebih dikembangkan menjadi pariwisata unggulan. Data jumlah kunjungan wisnus ke daya tarik wisata di Jawa Barat dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut.

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE DAYA TARIK
WISATA DI JAWA BARAT MENURUT KABUPATEN/KOTA
TAHUN 2012

Kabupaten/ Kota		Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Total 2012
1	Bandung	77.200	3.965.258	4.078.739
2	Bandung (kota)	142.575	3 774 815	3.917.390
3	Subang	223.891	2.997.543	3.201.434
4	Bogor	17.739	2.156.198	3.097.108
5	Bogor (kota)	27.604	2.638.689	2.666.293

Lanjutan Tabel 1.2

	Kabupaten/Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Total 2012
6	Sukabumi	39.696	2.008.573	2.048.269
7	Garut	6.631	1.987.984	1.994.615
8	Depok (kota)	7.812	1.864.273	1.882.701
9	Cirebon (kota)	1.050	1.354.722	1.453.654
10	Ciamis	6.463	1.074.775	1.081.338
11	Kuningan	0	992.881	992.881
12	Sumedang	9.858	512.722	522.580
13	Indramayu	0	498.362	498.362
14	Tasikmalaya	0	354.886	354.886
15	Majalengka	0	350.366	350.366
16	Tasikmalaya	2.715	326.038	328.753
17	Karawang	0	176.750	176.750
18	Cirebon	0	171.148	171.148
19	Cianjur	224	120.839	121.083
20	Bekasi	-	49.740	49.740

Sumber : Jawa Barat dalam Angka - 2012

Berdasarkan Tabel 1.2 Kuningan merupakan salah satu daerah di bagian timur Jawa Barat yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar, mampu bersaing dengan daerah lain karena terdapat banyak jenis daya tarik wisata yang dapat menjadi alternatif pilihan wisnus untuk melakukan kunjungan. Hal tersebut terbukti bahwa Kuningan menduduki peringkat 14 dari tingkat kunjungan ke Jawa Barat.

Kuningan selalu mengalami pertumbuhan jumlah kedatangan wisnus setiap tahunnya. Salah satu faktor yang menyebabkan pertumbuhan jumlah kunjungan adalah aspek pariwisata. Pariwisata di Kuningan telah dikenal oleh masyarakat sebagai kawasan wisata yang memiliki daerah tujuan wisata yang kaya akan potensi wisata alam, wisata budaya atau sejarah dan wisata minat khusus. Potensi wisata tersebut tentunya tidak boleh dibiarkan, karena hal tersebut merupakan

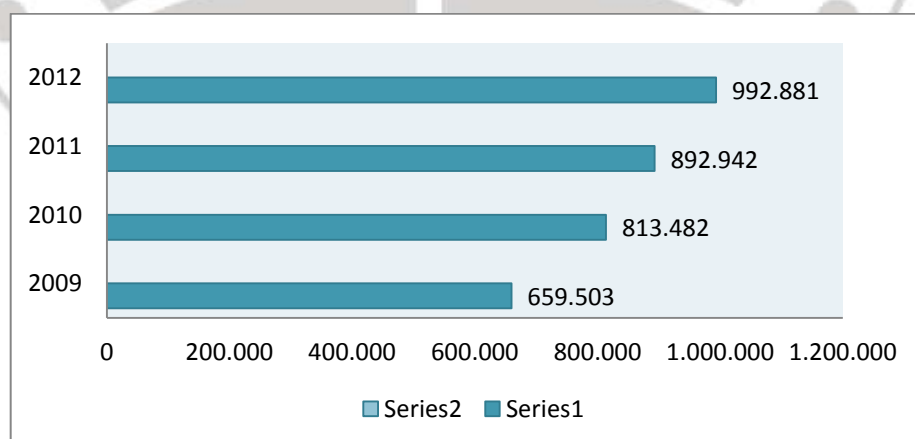
salah satu faktor yang dapat mengakibatkan dorongan motivasi wisnus untuk melakukan kunjungan wisata ke Kuningan. Data jumlah kunjungan wisnus ke Kuningan dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut.

TABEL 1.3
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
KE KUNINGAN TAHUN 2009 - 2012

TAHUN	2009	2010	2011	2012
Wisatawan Nusantara	659.503	813.482	892.942	992.881
%	19,63	24,21	26,58	29,56
selisih perentase	-	4,5	2,3	2.9

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kuningan – 2013

Berdasarkan Tabel 1.3 setiap tahun jumlah kunjungan wisnus ke Kuningan mengalami kenaikan yang signifikan, kenaikan tertinggi yaitu pada tahun 2012 memperoleh persentase sebesar 29,56%. Hal tersebut membuktikan bahwa keanekaragaman daya tarik wisata yang berada di Kuningan mampu menarik wisnus untuk berkunjung. Berikut Gambar 1.1 merupakan pertumbuhan kunjungan wisnus ke Kuningan.



Sumber : Modifikasi Disparbud Kuningan – 2013

GAMBAR 1.1
PERTUMBUHAN KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
DI KUNINGAN

Daya tarik wisata di Kuningan kurang lebih terdapat sekitar 33 daya tarik wisata. Beberapa diantaranya wisata alam seperti Kolam ikan dan Sumur Tujuh Cibulan, Talaga Remis, Waduk Darma, Kolam ikan Cigugur dan Lemah Cilengkrang. Wisata sejarah seperti Museum Perundingan Linggar Jati, Taman Purba Kala Cipari dan beragam seni kebudayaan seperti Seni Budaya Sapton, Seni Budaya Cingcowong, Seni Budaya Kawin Cai, Seni Budaya Pesta Dadung yang masih rutin sering diselenggarakan, kebudayaan tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan jenis daya tarik wisata yang telah disebutkan diatas, wisnus yang berkunjung ke Kuningan cenderung memilih wisata alam sebagai tujuan utama. Hal tersebut dapat terlihat pada Tabel 1.4 kunjungan berikut.

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE DAYA
TARIK WISATA ALAM DI KUNINGAN
TAHUN 2009-2012

No	Nama Objek	Jumlah Kunjungan			
		2009	2010	2011	2012
1	Wisata Cibulan	145.220	171.458	182.379	165.126
2	Linggarjati Indah	101.399	128.656	122.050	118.155
3	Waduk Darma	42.750	54.000	19.522	104.523
5	Buper Patulungan	16.814	50.288	70.782	78.523
6	Sangkanhurip Alami	46.916	58.886	64.571	60.990
7	Bumi perkemahan Paniis	12.028	17.522	56.918	57.826
8	Cigugur	17.713	58.886	92.719	52.112
9	Talaga Remis	27.510	19.072	42.617	44.249
10	Kolam renang sanggariang	35.831	32.632	31.192	37.202
11	Balong dalem	978	200	6.370	9.105
12	Curug sidomba	101.298	128.656	122.050	-
13	Lembah Cilengkrang	13.110	18.210	29.641	-

Sumber : Disparbud Kuningan, 2013

Berdasarkan Tabel 1.4 Kuningan memiliki beragam daya tarik wisata alam yang bervariasi. Beberapa daya tarik wisata alam yang memiliki potensi sebagai wisata unggulan diantaranya Cibulan, Curug Sidomba dan Linggarjati Indah. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan ke-3 daya tarik wisata alam tersebut lebih mendominasi dibandingkan daya tarik wisata alam lainnya.

Cibulan merupakan wisata tertua dan menjadi salah satu daya tarik wisata yang selalu banyak dikunjungi wisnus di Kuningan. Adapun kelengkapan fasilitas yang ditawarkan kepada wisnus diantaranya berenang bersama ikan dewa, sumur tujuh, *aqua bucket*, *flying fox*, *teraphy ikan*, *watter ball*, hutan lindung, lesehan aneka makanan, cinderamata, dan lainnya.

Cibulan berada di Desa Maniskidul, kecamatan Jalaksana atau sekitar 7KM dari kota Kuningan, sehingga menjadi pilihan tempat yang tepat untuk berkunjung terutama untuk berwisata. Cibulan memiliki nilai historis dan kepercayaan yang masih kuat dan menjunjung tinggi kearifan lokal setempat mengenai riwayat pemandian dan Sumur Tujuh, terdapat *petilasan* pada masa pemerintahan Prabu Siliwangi.

Riwayat singkat kolam Cibulan dahulunya adalah para prajurit yang tidak setia pada masa pemerintahan Prabu Siliwangi. Prajurit tersebut kemudian dikutuk oleh Prabu Siliwangi menjadi ikan. Ikan tersebut merupakan salah satu daya tarik utama wisatawan untuk melakukan kunjungan. Selain itu terdapat tujuh sumber mata air keramat yang bernama Sumur Tujuh. Tujuh mata air tersebut berbentuk kolam kecil yang masing-masing mempunyai nama tersendiri, yaitu Sumur Kejayaan, Sumur Kemulyaan, Sumur Pengabulan, Sumur Cirancana, Sumur

Cisadane, Sumur Kemudahan, dan Sumur Keselamatan. Salah satu dari ketujuh sumur berisikan keping emas yang berada di Sumur Cirancana. Apabila wisatawan yang sedang beruntung melihat wujud dari keping emas, maka segala keinginan dapat terwujud. Sumur Tujuh dan petilasan Prabu Siliwangi selalu dikunjungi untuk berziarah atau spiritual, terutama pada malam Jumat Kliwon atau selama bulan Maulud dalam penanggalan Hijriah. Wisatawan percaya bahwa air di Sumur Tujuh dapat membawa keberkahan.

Nilai historis dan kepercayaan yang telah dipaparkan diatas menjadikan Cibulan sebagai salah satu daya tarik wisata alam yang banyak digemari oleh wisnus. Hal tersebut terlihat dari banyaknya minat wisatawan yang berkunjung ke Cibulan, seperti yang terlihat pada Tabel 1.5 berikut.

TABEL 1.5
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
KE DAYA TARIK WISATA ALAM CIBULAN
TAHUN 2009 – 2012

Nama Objek	Jumlah Kunjungan			
	2009	2010	2011	2012
Wisata Cibulan	145220	171458	182.379	165.126
%	21,9	25,8	27,4	23,2
Selisih Persentase	-	3,9	1,6	-2,5

Sumber : Disparbud Kuningan – 2013

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa setiap tahun daya tarik wisata alam Cibulan mengalami kenaikan jumlah kunjungan dari tahun 2009 hingga 2011. Namun pada tahun 2012 Cibulan mengalami penurunan sebesar 23,2% dari tahun sebelumnya 2011 sebesar 27,4%. Hal tersebut karena banyaknya pesaing dan pengembangan destinasi pariwisata lainnya yang berada di Kuningan.

Penurunan tersebut bisa berdampak terhadap tidak tercapainya target perusahaan yang dapat menyebabkan kerugian finansial karena berbagai upaya baik promosi, pengembangan daya tarik wisata maupun peningkatan mutu Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata yang telah dilakukan dengan menghabiskan biaya yang besar. Cibulan merupakan salah satu daya tarik wisata yang dapat berpotensi sebagai wisata unggulan dengan keberagaman atraksi wisata yang bervariasi di Kuningan. Selain itu Cibulan memiliki potensi sebagai wisata *petilasan* dan rekreasi yang dapat dijadikan sebagai alternatif pertama bagi wisnus untuk melakukan kunjungan wisata di Kuningan.

Untuk menarik wisatawan dan memaksimalkan jumlah kunjungan pihak pengelola wisata Cibulan perlu melakukan pendekatan mengenai perilaku wisatawan yaitu dengan mengidentifikasi dan mengetahui pemahaman tentang motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata. Faktor-faktor yang terkait perilaku wisatawan dalam mempengaruhi keputusan untuk berkunjung diantaranya faktor geografis, psikologis, dan ekonomi. Faktor psikologis yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan wisatawan dalam melakukan perjalanan diantaranya adalah motivasi, persepsi, demografis, preferensi, dan sikap. (Page, 2008:64).

Motivasi merupakan faktor penting bagi wisatawan dalam mengambil keputusan mengenai daya tarik wisata yang akan dikunjungi. Seperti yang telah dikemukakan oleh Page (2008:64) 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 tinggal di suatu kawasan wisata. Pada dasarnya seseorang melakukan suatu kunjungan wisata dimotivasi oleh beberapa hal. Menurut Josiam dan Frazier *et.al* dalam Siri *et.al* (2012) bahwa motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan dipengaruhi oleh *novelty seeking, stress busting/fun, achievement, family oriented/education*.

Novelty seeking adalah motivasi wisatawan untuk mencari sesuatu hal yang bersifat baru. Di Cibulan wisnus mendapatkan pengalaman baru diantaranya berenang bersama ikan dewa, melihat bukti *petilasan* Prabu Siliwangi, berdoa keinginan di Sumur Tujuh dan melakukan *therapy* ikan.

Stress busting/fun adalah motivasi wisatawan untuk menghilangkan kejenuhan atau stres dari rutinitas sehari-hari. Aktraksi dan fasilitas yang ditawarkan Cibulan dapat merelaksasikan fikiran wisatawan dari rutinitas sehari-hari.

Achievement adalah motivasi wisatawan yang berkunjung untuk alasan gengsi (*prestige*). Wisatawan merasa memiliki gengsi atau kebanggan setelah berkunjung ke Cibulan, seperti menceritakan kembali kunjungan wisatanya kepada rekan atau temannya.

Family oriented/education adalah motivasi wisatawan untuk sekedar berkumpul dan berwisata bersama keluarga. Suasana atraksi dan fasilitas yang ditawarkan di Cibulan dapat dijadikan sebagai tempat bersantai bersama keluarga, disamping itu wisnus mendapatkan pengetahuan baru mengenai sejarah di Cibulan.

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

Motivasi dan persepsi wisnus dalam mengunjungi daya tarik wisata alam Cibulan semakin kuat dengan didukung beberapa bukti diantaranya adalah sumur tujuh yang merupakan sumber mata air, *petilasan*, kolam, dan ikan dewa yang dianggap keramat oleh masyarakat setempat. Dengan memperhatikan motivasi wisatawan diharapkan dapat membantu pengelola destinasi untuk mengetahui sejauhmana keinginan dan kebutuhan wisnus dalam melakukan kegiatan wisata, kemudian membantu pihak pengelola dalam meningkatkan fasilitas dan pelayanan seperti yang diinginkan oleh wisnus, dengan demikian dapat memaksimalkan jumlah kunjungan wisnus ke daya tarik wisata alam Cibulan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA ALAM CIBULAN KUNINGAN”**

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana gambaran motivasi wisatawan di daya tarik wisata alam Cibulan.

Roseu Rohmanah, 2014

Analisis Faktor-Faktor Motivasi Wisatawan Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Alam Cibulan Kuningan

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2. Bagaimana gambaran keputusan berkunjung wisatawan di daya tarik wisata alam Cibulan.
3. Bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai gambaran motivasi wisatawan di daya tarik alam Cibulan.
2. Untuk memperoleh hasil temuan mengenai gambaran keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata alam Cibulan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan studi keilmuan di bidang manajemen pemasaran pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan motivasi wisatawan dalam mengunjungi daya tarik wisata alam Cibulan. Memberi masukan kepada peneliti dalam mengembangkan ilmu dalam bidang pemasaran.

2. Secara Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kuningan dalam bidang

pariwisata mengenai motivasi wisatawan nusantara dalam mengunjungi daya tarik wisata alam Cibulan terhadap keputusan berkunjung yang dapat menjadi bahan informasi dalam upaya mendorong Kuningan menjadi daerah tujuan wisata unggulan.

