

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Provinsi Jawa Barat, khususnya Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu daerah yang menawarkan berbagai macam destinasi wisata. Selain memiliki keindahan alam yang khas dan menarik, kondisi geografis Kota Bandung yang strategis juga sangat mendukung dan memberikan kontribusi pada perkembangan pariwisatanya. Disamping itu, sebagai bentuk responsif dari upaya pengembangan dan pemasaran pariwisata di Kabupaten Bandung Barat, pihak pengelola wisata juga mulai membuka tempat baru untuk dijadikan destinasi wisata yang memiliki keunggulan kompetitif. Objek wisata yang dikembangkan secara mayoritas adalah berupa wisata alam dan wisata kuliner.

Salah satu objek wisata alam yang terdapat di Kabupaten Bandung Barat yaitu Orchid Forest Cikole Lembang. Orchid Forest merupakan salah satu destinasi wisata yang di buka pada Agustus 2017 di kawasan Lembang. Kawasan wisata ini merupakan hasil kerjasama Perum Perhutani Divisi Regional Jawa Barat Banten dan perusahaan swasta nasional PT Jala Energy sejak Juni 2016.

Orchid Forest Cikole Lembang dikembangkan sebagai objek wisata edukasi alam dengan budidaya anggrek sebagai fokus utamanya untuk menarik pengunjung. Orchid Forest Cikole Lembang sendiri letak geografisnya berada di ketinggian 1700 meter di atas permukaan laut dengan suhu 17 hingga 20 derajat celcius sehingga ideal bagi kehidupan flora khususnya anggrek.

Orchid Forest Cikole Lembang memiliki berbagai wahana dan aktivitas yang bisa dilakukan pengunjung antara lain *Wood Bridge* yang merupakan sebuah jembatan gantung yang di hubungkan dari pohon ke pohon dan panjangnya sekitar 150 meter yang bisa menyala ketika malam hari. Selain *Wood Bridge* terdapat juga Taman Neon yang disusun vertikal dan menjadi penghias suasana malam, dan ada Aphiteathre dengan tempat duduk dari kayu yang digunakan untuk menyaksikan atraksi yang kerap ditampilkan disana, selain itu terdapat *Orchid House*. Orchid

House sendiri yaitu tempat pembudidayaan angrek baik dari Indonesia maupun dari berbagai belahan dunia, diantaranya Peru, Amerika Serikat, dan Filipina.

Objek wisata ini menarik pengunjung untuk datang dan menikmati suasana alam yang sejuk dan wahana yang disediakan. Berikut data pengunjung Orchid Forest Cikole Lembang dari Tahun 2018-2021.

Table 1.1 Data Pengunjung Orchid Forest Tahun 2018-2021

Tahun	Jumlah Pengunjung	Jumlah Penurunan/Kenaikan Pengunjung
2018	569.020	-
2019	726.417	+157.397
2020	359.018	-367.399
2021	297.538	-61.480

Tabel 1

(Sumber: Manajer *Marketing* Orchid Forest Cikole Lembang, 2022)

Pada Tabel 1.1 data pengunjung pada Tahun 2018 adalah 569.020, pada Tahun 2019 adalah 726.417 orang, pada Tahun 2020 adalah 359.018 orang, dan pada Tahun 2021 adalah 297.538 orang. Pengunjung Orchid Forest pada Tahun 2020 sampai dengan Tahun 2021 mengalami penurunan pengunjung. Pada Tahun 2020 mengalami penurunan pengunjung sebanyak 367.399 orang dikarenakan adanya pandemi covid-19 pengunjung yang datang objek wisata Orchid Forest ini harus menerapkan protokol kesehatan, dan pada Tahun 2021 kembali mengalami penurunan pengunjung sebanyak 61.480 orang dan masih harus menerapkan protokol kesehatan. Pandemi covid 19 menjadi salah satu hambatan bagi wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata. Di samping sebagai upaya wisatawan mencegah dampak covid 19, mungkin pula tidak mau ribet dikarenakan wisatawan harus mengikuti protokol kesehatan yang ketat diberlakukan saat mulai masuki area wisata sampai keluar area wisata, dan juga ada petugas yang berjaga untuk memantau pengunjung untuk selalu menjaga jarak.

Berdasarkan hasil pengamatan dari ulasan-ulasan wisatawan Orchid Forest secara *online* pada kurun waktu 2-3 tahun yang lalu, respon wisatawan terhadap

objek wisata Orchid Forest Cikole Lembang seperti tergambar pada data ulasan-ulasan berikut ini :

Gambar 1.1 Ulasan-ulasan Wisatawan Orchid Forest Tahun 2020 - 2022



(Sumber : Google review Tahun 2022)

Berdasarkan data *review platform* Google *Review* pada Tahun 2022 tersebut di atas, disimpulkan bahwa objek wisata Orchid Forest Cikole Lembang sebagai berikut:

1. Harga tiket terlalu mahal.

2. Adanya biaya tambahan yang harus dikeluarkan untuk melihat beberapa atraksi wisata.
3. Konsep yang ditawarkan terkesan tanggung dan menghilangkan nilai alami dari kawasan hutan pinus.
4. Pelayanan yang diberikan buruk dan tidak ramah.

Kondisi tersebut tentunya harus disikapi dengan bijak oleh pihak pengelola Orchid Forest Cikole Lembang dengan melakukan upaya-upaya perbaikan penataan pengelolaan ke arah yang lebih baik, sehingga wisatawan termotivasi untuk berkunjung ke objek wisata tersebut. Sebab setiap orang yang melakukan perjalanan wisata tidak terlepas dari motivasinya. Seperti diungkapkan oleh Pitana (2005) dalam penelitian Selma Divia Antari (2020) bahwa “begitu pentingnya motivasi dalam melakukan perjalanan wisata, karena merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata”.

“Motivasi wisatawan tidak terbentuk begitu saja. Ada faktor-faktor yang mempengaruhinya, yaitu faktor pendorong dan faktor penarik (Sudaryanti et al., 2005). Faktor pendorong dan penarik merupakan dasar untuk memahami perilaku wisatawan dalam menjelaskan alasan melakukan perjalanan wisata (Crompton, 1979 dalam Binkhorst et al., 2017). Jang & Wu (2006) menyebutkan telah banyak penelitian yang berusaha untuk mengidentifikasi faktor motivasi pendorong dan penarik dalam pengaturan yang berbeda, seperti faktor *nationalities*, faktor destinasi, dan faktor event” (Dalam penelitian Selma Divia Antari, 2020)

Motivasi pada gilirannya akan berpengaruh kepada niat wisatawan untuk berkunjung kembali terhadap suatu objek wisata, karena itu pengelola wisata harus melakukan upaya-upaya yang terencana dan kontinyu agar niat wisatawan untuk berkunjung kembali selalu termotivasi dan menjadi daya tarik.. Sekaitan ini, niat wisatawan berkunjung kembali tidak terlepas dari faktor motivasi untuk berkunjung ke tempat wisata yang akan dikunjungi. Hal ini sejalan dengan Rojas dan Camarrero (2006) dalam penelitian Dirsehan (2012) menjelaskan bahwa *revisit intention* dapat didefinisikan sebagai suatu kepentingan atau motivasi oleh pengunjung atau sebagai intensi perilaku berkunjung termasuk pembelian publikasi, cinderamata dan hadiah di tempat wisata.

Konsep niat berkunjung kembali, berasal dari niat perilaku (*behavioural intention*). Dari sudut pandang liburan dan rekreasi, niat perilaku adalah niat dari pengunjung untuk mengunjungi kembali suatu tempat dalam setahun dan niatnya untuk sering datang ke tempat tersebut (Baker dan Crompton, dalam Bintarti and Kurniawan 2017). Niat berkunjung kembali ini akan muncul apabila pengunjung telah menilai *Perceived value* terhadap objek wisata tersebut. Kunjungan yang berulang akan menimbulkan loyalitas dan kesediaan pengunjung akan menyebarkan pengalaman baik mereka kepada calon pengunjung lain di kawasan wisata (Htun *et al.*, 2015). Niat berkunjung kembali akan muncul setelah mereka mengunjungi objek wisata tersebut, pengunjung akan menilai hasil dari pengalaman mereka sehingga akan menceritakan, menginformasikan kepada teman, keluarga, orang yang mereka kenal, bahkan menceritakan pengalaman mereka di media sosial.

Berkaitan dengan faktor motivasi wisatawan dalam kaitannya dengan niat berkunjung kembali ke objek wisata yang menjadi tujuannya, khususnya Orchid Forest Cikole Lembang sangat penting untuk dilakukan suatu kajian dalam upaya memelihara dan meningkatkan minat wisatawan di setiap tahunnya, sehingga program wisata senantiasa tumbuh dan berkembang dengan baik dan bermanfaat bagi wisatawan yang mengunjunginya.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang motivasi wisatawan dalam kaitannya dengan niat berkunjung kembali di objek wisata Orchid Forest, dengan judul **“Pengaruh Motivasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali di Orchid Forest”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat motivasi wisatawan di objek wisata Orchid Forest?
2. Bagaimana tingkat niat berkunjung kembali di objek wisata Orchid Forest?
3. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap niat berkunjung kembali di Orchid Forest?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapatkan tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Mengidentifikasi tingkat motivasi wisatawan Orchid Forest Cikole Lembang.
2. Mengidentifikasi tingkat niat berkunjung Kembali (*revisit intention*) wisatawan mengunjungi Orchid Forest Cikole Lembang.
3. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) ke Orchid Forest Cikole Lembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Akademisi

Bagi akademisi penelitian ini dapat bermanfaat untuk melengkapi penelitian-penelitian lainnya yang berkaitan dengan motivasi terhadap *revisit intention* dan diharapkan bisa memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pemasaran.

2. Praktisi

Dan di sisi lain juga penelitian ini dapat berguna untuk kaum praktisi baik dari *stakeholder* atau *shareholder* agar bisa memberikan sumbangan atau masukan yang positif dalam mengembangkan strategi pemasarannya maupun aktivitas nya untuk meningkatkan atau memperbaiki *revisit intention*.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan skripsi berperan sebagai pedoman penulisan agar dalam penulisan ini lebih terarah, maka skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab. Adapun struktur organisasi skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi mengenai penjabaran latar belakang masalah mengenai pengaruh motivasi terhadap niat berkunjung kembali di Orchid Forest, dengan rumusan masalah bagaimana tingkat motivasi dan niat berkunjung kembali serta pengaruh

motivasi terhadap niat berkunjung kembali. Tujuan penelitian untuk menganalisis dan mengidentifikasi motivasi wisatawan dan niat berkunjung kembali. Serta adanya manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi teori-teori para ahli yang berisi tentang Motivasi wisatawan dan niat berkunjung kembali. Serta adanya penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan untuk penelitian adalah teknik sampling *Probability sampling* yaitu *Simple Random Sampling*. Sampel yang diambil 100 sampling. Pengembangan instrumen penelitian dengan pengukuran kuesioner dengan skala likert, uji validitas dan uji reliabilitas. Dan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan *software* Method Successive Interval (MSI).

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisi mengenai hasil penelitian. Hasil penelitian dari analisis data 100 responden bahwa bahwa motivasi dan niat berkunjung kembali berpengaruh sebesar 46,8% dan hasil ini juga menemukan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan, rekomendasi untuk praktisi dan akademisi serta penulis menjelaskan keterbatasan penelitian pada saat di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

