

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang telah menjadi kebutuhan manusia seiring dengan perkembangan sosiokultur yang mengalami perubahan. Kegiatan pariwisata yang berkelanjutan dapat meningkatkan perbaikan ekonomi suatu negara karena dapat mempengaruhi sektor-sektor ekonomi lainnya, seperti industri hotel, destinasi, souvenir, transportasi sehingga taraf hidup masyarakat semakin tinggi dan memacu pertumbuhan perekonomian nasional. Kecenderungan perkembangan pariwisata dunia pada setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat pesat, hal ini disebabkan perubahan struktur sosial ekonomi negara di dunia dan semakin banyak orang yang memiliki pendapatan besar sehingga kepariwisataan berkembang menjadi suatu fenomena global. Definisi pariwisata menurut Undang-Undang Kepariwisataan No 10 tahun 2009, “Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata dan didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pengusaha dan pemerintah daerah”.

Pariwisata dunia mengalami pertumbuhan negatif akibat dampak krisis ekonomi global, penyakit flu H1N1, dan perubahan iklim yang melanda dunia, UN-WTO memperkirakan laju pertumbuhan kunjungan pariwisata dunia akan berada di kisaran 0-2%. (Sumber: Menteri kebudayaan dan pariwisata, 2009). Hal tersebut dapat mempengaruhi daya beli wisatawan, bertambahnya jumlah

pengangguran, dan menimbulkan inflasi suatu negara sehingga membatalkan keinginan dan niat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Dampak isu-isu global tersebut dapat mengubah pola perjalanan wisata dan destinasi dunia. Namun di beberapa negara dunia seperti, Amerika dan negara-negara di Benua Eropa tidak terlalu terpengaruh dampak tersebut karena mereka menganggap kegiatan pariwisata merupakan ritual dan harus diwujudkan karena telah direncanakan sebelumnya, meliputi kesiapan ekonomi untuk berbagai kebutuhan saat berada disuatu negara atau di tempat tujuan.

Dampak buruk yang melanda pariwisata dunia pada kenyataannya tidak terlalu berpengaruh kuat terhadap kepariwisataan Indonesia, karena Indonesia memiliki banyak keanekaragaman daya tarik wisata yang mampu menarik wisatawan. Hal ini dibuktikan pada setiap tahunnya di Indonesia mengalami pertumbuhan pada kunjungan wisatawan mancanegara kuartal pertama tahun 2009 mengalami pertumbuhan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara yakni sebesar 1.53% atau 1,83 juta orang dibandingkan periode yang sama pada tahun 2008 dan untuk wisatawan domestik meningkat dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2009 yaitu sebagai berikut.

TABEL 1.1
KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK DI INDONESIA
TAHUN 2004-2009

TAHUN	WISATAWAN DOMESTIK	%
2004	110.031.30	19.5 %
2005	111.353.40	19.7%
2006	112.701.20	19.9%
2007	114.391.70	20.3%
2008	116.107.60	20.6%
2009	116.109.78	2.18%

Sumber: *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia* dan Menbudpar, 2010

Kunjungan wisatawan yang terus meningkat dalam 6 tahun terakhir (lihat Tabel 1.1) adalah wisatawan domestik, perkembangan wisatawan domestik perlu diperhatikan karena memiliki peran sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan daya tarik wisata yang nantinya akan menarik wisatawan mancanegara. Wisatawan domestik juga menjadi pembangkit bagi industri pariwisata nasional, khususnya yang bergerak dalam sektor rill/usaha pariwisata. Didukung juga peningkatan taraf hidup, kemudahan aksesibilitas informasi melalui teknologi informasi, bertumbuhnya rasa keingintahuan yang lebih tinggi, adanya kemudahan aksesibilitas jaringan dan bersaingnya biaya perjalanan melalui model angkutan udara akibat kebijakan *low cost airline* dan bertumbuhnya *leisure* sebagai kebutuhan dan sekaligus *trend*, menurunnya hari kerja dan bertambahnya hari libur. Kenaikan kunjungan wisatawan domestik di Indonesia juga dipengaruhi oleh kenaikan pada kunjungan wisatawan domestik di beberapa provinsi yang terdapat di Indonesia yaitu Jawa Barat.

Jawa Barat sebagai daerah tujuan wisata dan daya tarik wisata memiliki berbagai potensi wisata dengan jumlah 360 daya tarik wisata diantaranya 214 daya tarik wisata alam, 73 daya tarik wisata budaya, dan 73 daya tarik wisata minat khusus. Potensi wisata ini harus dikembangkan agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Dinas kebudayaan dan Parwisata mencatat kunjungan wisatawan domestik ke daya tarik wisata yang terdapat di provinsi Jawa Barat dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2009 sebagai berikut.

TABEL 1.2
KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK
KE DAYA TARIK WISATA DI JAWA BARAT
TAHUN 2003-2009

Tahun	Wisatawan Nusantara
2003	23,700,713
2004	16,611,680
2005	16,890,316
2006	23,859,547
2007	23,782,302
2008	24,075,027
2009	24,075,527

Sumber : Disbudpar Jabar, 2010

Berdasarkan pada Tabel 1.2 terjadi penurunan jumlah wisatawan tahun 2004, hal tersebut diakibatkan di Jawa Barat terdapat isu tsunami di laut selatan sehingga wisatawan khawatir untuk melakukan wisata dan pada tahun 2005 terjadi tsunami di Pangandaran namun tidak menghilangkan minat untuk berwisata karena selain ke laut wisatawan juga dapat ke gunung atau pedesaan, hal tersebut terlihat pada tahun 2005 terjadi kenaikan kunjungan wisatawan. Penurunan kunjungan kembali pada tahun 2006 ke tahun 2007, dikarenakan beberapa bencana alam seperti banjir yang terdapat di Bekasi dan Kabupaten Subang dan gempa yang terjadi di Indramayu, namun pada tahun 2007 akhir sampai tahun 2008 terjadi peningkatan kunjungan wisatawan. Meningkatnya kunjungan wisatawan Jawa Barat disebabkan karena pemerintah provinsi Jawa Barat bekerjasama dengan pemerintah daerah melakukan pembenahan di setiap daerah yang mengalami kerusakan setelah adanya tsunami dan gempa. Peningkatan ini terlihat pada tahun 2008 sebesar 0,8 % dari tahun sebelumnya, dan pada tahun 2009 Jawa Barat mengalami peningkatan kembali sebesar 5%.

Peningkatan kunjungan wisatawan di Jawa Barat juga di pengaruhi peningkatan kunjungan wisatawan di beberapa Kabupaten dan Kota di Jawa Barat sebagai tujuan wisata seperti Bandung, Bogor, dan Kabupaten Subang masing-masing sebesar 2 juta untuk Bandung dan Bogor sedangkan Kabupaten Subang sebesar 4 juta wisatawan. Diantara ketiga daerah tujuan wisatawan yang ada di Jawa Barat, Kabupaten Subang merupakan salah satu kabupaten yang memiliki kunjungan terbanyak namun pada persentase kunjungan wisatawan setiap tahunnya mengalami penurunan. Berikut persentase kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang.

TABEL 1.3
KUNJUNGAN WISATAWAN DOMESTIK
KE DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN SUBANG
TAHUN 2005-2009

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan	% Kenaikan
2005	2.403.092	
2006	4.477.551	46.3 %
2007	4.926.098	9.1 %
2008	5.418.707	9.0%
2009	5.429.594	0.2 %

Sumber: Disbudpar Kabupaten Subang, 2010

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang mengalami kenaikan, namun pada persentase pertumbuhan kunjungannya mengalami penurunan yaitu pada tahun 2005 sampai dengan tahun 2006 persentase pertumbuhan kunjungannya sebesar 46,3% sedangkan pada tahun 2006 sampai tahun 2007 mengalami penurunan sebesar 9,1%. Pada tahun 2007

sampai dengan tahun 2008 menurun kembali menjadi sebesar 9,0%. Sedangkan pada tahun 2008 sampai tahun 2009 menurun menjadi 0,2%. Apabila dibandingkan, dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2007 dengan tahun sebelumnya, mengalami penurunan sebesar 37,3%, dan pada tahun 2008 mengalami penurunan sebesar 0,1% dari tahun sebelumnya sedangkan pada tahun 2009 dengan tahun sebelumnya mengalami penurunan sebesar 8,8%. Penurunan persentase pertumbuhan tersebut diakibatkan wisatawan lebih memilih kota atau kabupaten lain seperti Bandung sebagai wisata belanja, kuliner dan *heritage*. Adapun persentase kunjungan wisatawan ke Bandung sebesar 5,17 % sedangkan untuk Subang sendiri sebesar 4,99 % pada tahun 2010 (Sumber: Disbudpar Jabar, 2010).

Hal itu membuktikan bahwa wisatawan lebih memilih Bandung sebagai tujuan untuk berwisata daripada ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Bandung merupakan pesaing dari Kabupaten Subang hal tersebut dikarenakan Bandung yang lokasinya berdekatan dengan Kabupaten Subang, sedangkan untuk kunjungan Bandung dan Subang selalu bersaing dalam meningkatkan kunjungan wisatawannya. Selain itu belum adanya agen perjalanan yang membuat paket perjalanan khusus daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Hal ini dapat mengakibatkan investor yang menanamkan modalnya di Kabupaten Subang mengalihkan ke tempat lain selain di Kabupaten Subang. Dengan beralihnya investor ke tempat lain membuat wisatawan akan lebih tertarik mengunjungi ke tempat investor

menanamkan modalnya. Hal ini juga dapat menyebabkan berkurangnya kunjungan wisatawan pada tahun-tahun berikutnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, Dinas Pariwisata telah melakukan strategi promosi seperti *booklet*, *leaflet*, pemberian info pada mahasiswa yang meneliti mengenai Kabupaten Subang dan *event* untuk menarik wisatawan. Namun strategi tersebut hanya menarik wisatawan ke sebagian daya tarik wisata, tidak mencakup semua daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Subang. Hanya daya tarik wisata yang unggul saja yang mendapatkan perhatian dari wisatawan yaitu daya tarik wisata Gunung Tangkuban Perahu, *Sari Ater Hot Spring Resort*, dan Desa Wisata Sari Bunihayu. Dalam mengatasi penurunan pada persentase kunjungan wisatawan maka Dinas Pariwisata Kabupaten Subang mencoba berkomitmen pada pasar tertentu yaitu pada wisatawan domestik yang sebagian besar berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang dan mengembangkan potensi daya tarik wisata yang terdapat di Kabupaten Subang dengan mengetahui perilaku wisatawan yaitu dengan mengidentifikasi kebutuhan atau mengetahui motivasi seseorang datang ke suatu tempat.

Perilaku wisatawan menurut Kotler dan Keller (2009:190) yaitu, “*Consumer behaviour is study of how individuals, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*”. Perilaku wisatawan adalah pemasar atau perusahaan harus memahami tentang apa yang menjadi

kebutuhan dan keinginan wisatawan baik itu berupa jasa, ide-ide, atau pengalaman yang mampu memuaskan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Strategi tersebut digunakan untuk mengatasi persaingan antara Kabupaten Subang dengan Kabupaten lain atau Kota di provinsi Jawa Barat dalam mempertahankan kunjungan wisatawan.

Dinas Pariwisata Kabupaten Subang harus dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan wisatawan, alasan wisatawan datang, kegiatan apa saja yang disukai oleh wisatawan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang serta perilaku wisatawan setelah berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang maka setiap daya tarik wisata di Kabupaten Subang bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Subang berupaya untuk memenangkan persaingan dengan menampilkan keunggulan masing-masing daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Subang dalam memenuhi keinginan dan selera wisatawan. Keinginan dan selera wisatawan merupakan suatu hal yang harus diketahui untuk mengetahui perilaku wisatawan.

Perilaku wisatawan memiliki beberapa faktor yang mampu mempengaruhi wisatawan yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi. Dari beberapa faktor tersebut faktor psikologi merupakan faktor yang paling mempengaruhi kebutuhan dan keinginan wisatawan untuk melakukan perjalanan, seperti yang dikemukakan oleh

Suharto (2001:3), bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh faktor psikologi yang terdiri dari sikap, motivasi, dan gaya hidup. Sedangkan faktor psikologi pada wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang yaitu sebagian besar wisatawan yang berkunjung atas dasar keinginan sendiri misalnya menyalurkan hobi yaitu hobi memancing di kolam pancing di Desa Wisata Sari Bunihayu yang memiliki kolam pancing, dan pengaruh dari teman, keluarga juga orang terdekat misalnya pada libur nasional sebagian besar wisatawan berkunjung ke Ciater bersama keluarga salah satunya ke *Sari Ater Hot Spring Resort*. Selain itu, gaya hidup dan sikap yang sama karena wisatawannya sebagian besar adalah wisatawan domestik dari masyarakat lokal, wisatawan Jakarta juga Bandung sedangkan motivasi merupakan faktor utama untuk melakukan perjalanan ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Seperti yang diungkapkan oleh Morrison (2007:36), motivasi merupakan salah satu faktor psikologi yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan. Karena wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang sebagian besar dimotivasi dalam melakukan kunjungannya. Sedangkan untuk Dinas Pariwisata Kabupaten Subang dengan mengetahui motivasi wisatawan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan wisatawan ke daerah tujuan wisata, sehingga dapat menciptakan ketertarikan yang berbeda untuk menarik dan menyenangkan wisatawan sehingga menghindari wisatawan beralih ke kota atau kabupaten lain yang

merupakan pesaing dari Kabupaten Subang yaitu Bandung dan kembali meningkatkan kunjungan wisatawan.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam mempelajari mengenai wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan dorongan dari proses perjalanan wisata (Dikutip dari Pitana, 2005:58). Dengan mengetahui tujuan orang bepergian, dapat mengetahui ketertarikan yang membuat orang tersebut pergi, dan dapat menciptakan suatu yang berbeda dari pesaing (Happy Marpaung, 2002:119). Pada dasarnya seorang yang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat diklasifikasikan menjadi empat, dapat dilihat pada Tabel 1.4

TABEL 1.4
KLASIFIKASI MOTIVASI WISATAWAN UNTUK BERWISATA DAN
PENERAPANNYA DI KABUPATEN SUBANG

<i>Physical motivation</i>	Yaitu motivasi yang bersifat fisik, antar lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi alam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya	Wisatawan datang ke Ciater <i>Resort Spa</i> dan Sari Ater <i>Hot Spring Resort</i> untuk menghilangkan rasa lelah dengan relaksasi di Spa dan pemandian air panas. Wisatawan yang datang ke Tangkuban Perahu untuk melakukan kegiatan <i>outbond</i> dengan alam.
<i>Cultural motivation</i>	Yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek peninggalan budaya	Wisatawan datang ke Kabupaten Subang selain menikmati keindahan alam, wisatawan juga datang untuk melihat secara langsung Kesenian Sisingaan yang terkenal di Kabupaten Subang
<i>Social or interpersonal motivation</i>	Yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (<i>prestise</i>), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan.	Pada libur lebaran banyak wisatawan yang datang ke Kabupaten Subang selain untuk berwisata, mereka juga berkunjung ke keluarga dan ada juga yang melakukan ziarah ke pemakaman.
<i>Fantasy motivation</i>	Yaitu motivasi bahwa didaerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan memberikan kepuasan psikologi.	Untuk melepas lelah dari rutinitas, wisatawan datang ke daya tarik wisata Kabupaten Subang untuk menikmati wisatanya dengan berbagai cara, ada yang menginap di vila seperti di Ciater Higland, Ciater <i>Spa Resort</i> dan Sari Ater <i>Hot Spring Resort</i> ataupun vila lain di Kabupaten Subang, ada yang melakukan kegiatan dengan mandi di air panas Subang, jalan-jalan di kebun teh, <i>outbond</i> di Tangkuban Perahu, memancing, berenang, menikmati kesenian dan wisata rohani.

Sumber: *Modified* dari Pitana, 2005

Melihat pada Tabel 1.4 wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Subang memiliki motivasi yang berbeda-beda sesuai dengan klasifikasinya yaitu *physical motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik, antar lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi alam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya seperti wisatawan datang ke Ciater *Resort Spa* dan Sari Ater *Hot Spring Resort* untuk menghilangkan rasa lelah dengan relaksasi di Spa dan pemandian air panas. Wisatawan yang datang ke Tangkuban Perahu untuk melakukan kegiatan *outbond* dengan alam.

Cultural motivation yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek peninggalan budaya. Misalnya wisatawan datang ke Kabupaten Subang selain menikmati keindahan alam, wisatawan juga datang untuk melihat secara langsung Kesenian Sisingaan yang terkenal di Kabupaten Subang

Social motivation yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestise*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan. Misalnya pada libur lebaran banyak wisatawan yang datang ke Kabupaten Subang selain untuk berwisata, mereka juga berkunjung ke keluarga dan ada juga yang melakukan ziarah ke pemakaman.

Fantasy motivation yaitu motivasi bahwa didaerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan memberikan

kepuasan psikologi. Misalnya untuk melepas lelah dari rutinitas, wisatawan datang ke daya tarik wisata Kabupaten Subang untuk menikmati wisatanya dengan berbagai cara, ada yang menginap di vila seperti di Ciater Higland, *Ciater Spa Resort* dan *Sari Ater* ataupun vila lain di Kabupaten Subang, ada yang melakukan kegiatan dengan mandi di air panas Subang, jalan-jalan di kebun teh, *outbond* di Tangkuban Perahu, memancing, berenang, menikmati kesenian dan wisata rohani. Dengan mengetahui motivasi wisatawan ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang, diharapkan dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Sehingga dengan adanya wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang, dapat membuat para investor menanamkan modalnya di beberapa daya tarik wisata di Kabupaten Subang. Investor ini diharapkan juga dapat membangun pariwisata di Kabupaten Subang dan wisatawan tidak beralih ke pesaing.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“MOTIVASI WISATAWAN DOMESTIK UNTUK BERKUNJUNG KE DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN SUBANG”** (Survei pada wisatawan domestik yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang)

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana motivasi wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang
2. Bagaimana keputusan berkunjung wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang
3. Seberapa besar pengaruh motivasi wisatawan domestik terhadap keputusan berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan penelitian di atas maka tujuan penelitian ini untuk memperoleh hasil kajian mengenai:

1. Motivasi wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang
2. Keputusan berkunjung wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang
3. Pengaruh motivasi wisatawan domestik terhadap keputusan berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran jasa, khususnya motivasi wisatawan yang terdiri dari *physical motivation*, *cultural motivation*, *social motivation* dan *fantasy motivation* terhadap

keputusan berkunjung serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Subang dalam bidang pariwisata dalam upaya mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung dengan mengetahui motivasi wisatawan yang terdiri dari *physical motivation*, *cultural motivation*, *social motivation* dan *fantasy motivation* pada wisatawan domestik ke daya tarik wisata di Kabupaten Subang, sehingga dapat menjadikan bahan informasi dalam upaya mendorong Kabupaten Subang menjadi daerah tujuan wisata andalan.