

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan pariwisata sebagai fenomena sosial dan sebagai usaha ekonomi telah berkembang selama setengah abad terakhir di abad dua puluhan. Pariwisata berkembang menjadi salah satu industri yang tumbuh dengan dominan di berbagai belahan dunia, jika dilihat dari sumber daya yang digunakan, sektor pariwisata memiliki keunggulan, karena dalam pemanfaatannya, sebagian sumber daya pariwisata termasuk sumber daya yang dapat diperbaharui. Peranan sektor pariwisata dalam meningkatkan perekonomian negara dan kesejahteraan masyarakat tidak dapat diragukan lagi. Pengembangan pariwisata mampu membangkitkan aktivitas bisnis sehingga menghasilkan manfaat sosio-kultur-ekonomi yang signifikan bagi suatu negara.

Kepariwisataan akan secara terus menerus memberikan dorongan dan sumbangan kepada pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang dan ekonomi masyarakatnya. Hal tersebut cenderung terjadi di seluruh negara di dunia dan salah satunya Indonesia.

Indonesia memiliki posisi yang strategis yang terletak diantara dua samudera dan dua benua. Posisi ini menguntungkan bagi berkembangnya pariwisata, sebab dengan posisi seperti ini Indonesia akan menjadi perlintasan transportasi orang yang berpergian dari benua yang satu ke benua lainnya. Kementerian Kebudayaan dan Kepariwisataan (Kemenbudpar) yang pada saat ini tahun 2011 disebut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memprediksi jumlah wisatawan mancanegara (wisman) tahun 2012 mencapai 8 juta kunjungan dengan pengeluaran US\$ 8,96 miliar sementara untuk wisatawan

nusantara (wisnus) sebesar Rp.171,5 triliun, maka angka perolehan di sektor pariwisata ini cukup menggembirakan.

Industri pariwisata Indonesia saat ini telah mencapai situasi dimana setiap daerah di Indonesia, menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri untuk menambah pendapatan daerahnya, sehingga banyak *event* yang diselenggarakan untuk memperkenalkan budaya dan daya tarik wisata daerah dengan tujuan untuk menarik wisatawan datang ke daerah.

Pencapaian *Visit indonesia Year 2010* (VIY 2010) mengalami peningkatan di tengah kompetisi industri pariwisata di berbagai belahan dunia dan permasalahan ekonomi secara global, peningkatan yang baik tersebut berlangsung secara stabil di tahun setelahnya. Pada tahun 2010, kunjungan wisatawan melewati target pemerintah yaitu 7 juta kunjungan. Hal tersebut membuktikan ketertarikan wisatawan mancanegara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus) ke Indonesia meningkat seiring dengan segala potensi wisata yang dimiliki oleh Indonesia. Berikut data perjalanan wisnus di Indonesia dari tahun 2006 – 2010 :

TABEL 1.1
STATISTIK PERTUMBUHAN WISNUS DI INDONESIA
TAHUN 2006-2010

Tahun	Wisnus
2006	114,391.70
2007	116,107.60
2008	120,353.40
2009	363,636.36
2010	370,641.00

Sumber : Kemenbudpar, 2010.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan wisnus dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi karena

banyaknya program promosi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah seperti salah satunya kegiatan *Visit Indonesia Year* yang saat ini berganti nama menjadi *Wonderful Indonesia* kegiatan ini menawarkan wisata yang telah dipersiapkan sesuai dengan potensi yang dimiliki seperti wisata bahari, belanja, olahraga, dan lain-lain. Sektor pariwisata berpengaruh bagi banyak kegiatan usaha di tempat berlangsungnya wisatawan melakukan kegiatan. Industri pariwisata bersifat *Multiplier Effect*, yaitu memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi industri lainnya seperti pasar, hotel, restoran, penggunaan rapat di hotel, penjualan *souvenir*, paket wisata dan lainnya. Oleh karena itu pariwisata cenderung memiliki peranan yang sangat besar dalam kontribusi ekonomi kepada sektor usaha lainnya.

Meningkatnya jumlah wisnus yang melakukan kegiatan wisata diikuti pula oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisman menuju Indonesia. Hal tersebut didukung oleh program pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke dunia internasional. Daya tarik wisata yang dimiliki Indonesia, memiliki keunikan tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung, Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata yang tersebar di berbagai provinsi. Salah satu potensi pariwisata terbesar di Indonesia adalah potensi wisata yang dimiliki provinsi Jawa Barat. Jawa Barat dikenal sebagai provinsi yang memiliki kekayaan budaya dan pariwisata yang beraneka ragam jenisnya, beberapa diantaranya memiliki kualitas dan daya tarik yang potensial yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata di Jawa Barat meliputi berbagai jenis wisata, antara lain alam, gunung, kawah, gua, pantai, sungai, danau, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata konvensi, museum, wisata belanja, wisata kuliner, wisata ilmu pengetahuan dan teknologi.

Jawa Barat merupakan kawasan wisata unggulan yang memiliki beberapa daya tarik wisata dalam daerah administratif yang berbeda baik lintas

kabupaten maupun kota, yang memiliki keunggulan produk wisata yang dapat bersaing di tingkat regional, nasional dan bahkan internasional. Terdapat beberapa daya tarik wisata potensial di wilayah Jawa Barat. Berikut jumlah kunjungan wisnus yang berkunjung ke berbagai Daya Tarik Wisata (DTW) yang tersebar di wilayah Jawa Barat tahun 2005-2009 :

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISNUS KE JAWA BARAT
TAHUN 2005-2009

Tahun	Wisnus	Pertumbuhan %
2005	15.783.659	
2006	16.890.316	7
2007	18.817.932	11
2008	20.132.000	7
2009	26.976.900	34

Sumber : Modifikasi dari berbagai sumber, 2009.

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat diketahui jika jumlah kunjungan wisnus ke Jawa Barat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan keanekaragaman DTW dimulai dari alam, budaya dan buatan/minat khusus. Hal tersebut menjadikan provinsi Jawa Barat sebagai salah satu provinsi dengan banyak keunggulan dan sebagai salah satu provinsi yang besar dan luas bentang alamnya. Jawa Barat sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia memiliki daya tarik wisata yang potensial yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut didukung oleh diversifikasi potensi wisata di tiap-tiap kota dan kabupaten. Provinsi Jawa Barat memiliki banyak potensi DTW yang diminati wisnus. Berikut 5 besar DTW di Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan tahun 2009 :

TABEL 1.3
DATA LIMA BESAR DTW DI JAWA BARAT
YANG BANYAK DIKUNJUNGI WISATAWAN TAHUN 2009

No	Nama DTW	Lokasi	Jumlah Kunjungan
1	Gn. Tangkuban Perahu	Kab. Bandung	2,441,452
2	Makam Sunan Gunung Jati	Kab. Cirebon	1,534,520
3	Ciater	Kab. Subang	1,263,968
4	Kebun Raya Bogor	Kota Bogor	1,145,369
5	Taman Safari Indonesia	Kab. Bogor	914,956

Sumber : Disbudpar, 2010.

Berdasarkan Tabel 1.3 diketahui Gunung Tangkuban Perahu menempati posisi pertama sebagai objek wisata di Jawa Barat yang banyak dikunjungi wisatawan. Gunung Tangkuban Perahu merupakan wisata alam yang memiliki dataran yang indah dan menawarkan keindahan alam yang menawan yang terletak di kab. Bandung. DTW selanjutnya yang banyak dikunjungi wisatawan adalah Makam Sunan Gunung Jati dan kawasan air panas Ciater. Salah satu DTW yang juga memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang cukup tinggi di Jawa Barat adalah Kebun Raya Bogor (KRB), yaitu dengan jumlah kunjungan 1.145.369. KRB merupakan atraksi wisata yang menampilkan daya tarik keindahan alam yang alami dan tidak pernah mengalami perubahan dari ratusan tahun sebelumnya.

Kebun Raya Bogor (KRB) merupakan salah satu objek wisata alam unggulan provinsi Jawa Barat, KRB atau *Bogor Botanical Garden* adalah sebuah kebun botani yang mempunyai koleksi bunga majemuk terbesar di dunia yang terletak di pusat Kota Bogor, Indonesia. Luasnya mencapai 87 hektar dan memiliki 14.354 jenis koleksi pohon dan tumbuhan. KRB merupakan museum tanaman hidup dengan koleksi tanaman tropis terlengkap dan bunga majemuk

terbesar di dunia, dibangun dengan sebuah konsep pertamanan yang indah. KRB menjadi induk dari sejumlah lembaga penelitian di Indonesia dalam bidang biologi, pertanian dan pariwisata. Seperti *Herbarium Bogoriense*, *Treub Laboratorium*, *Bibliotheca Bogoriense*, *Museum Zoologicum Bogoriense*, Laboratorium Penyelidikan Laut dan Pariwisata. Fungsi KRB antara lain melestarikan, mendayagunakan dan mengembangkan potensi tumbuhan melalui kegiatan konservasi, penelitian, pendidikan, peningkatan apresiasi masyarakat terhadap tumbuhan dan lingkungan dalam upaya pemanfaatan yang berkelanjutan untuk kesejahteraan masyarakat (*social welfare*), dan pariwisata karena mempunyai produk wisata yang tidak dimiliki oleh daya tarik wisata yang lain.

Daya tarik wisata tersebut mampu mendatangkan wisatawan dengan pertumbuhan yang fluktuatif setiap tahunnya. Berikut jumlah kunjungan wisatawan ke KRB dari tahun 2006 – 2010 :

TABEL 1.4
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KRB
TAHUN 2006-2010

Tahun	Wisatawan	% Pertumbuhan
2006	921.721	
2007	971.867	5,44%
2008	848.291	-12,71%
2009	1.145.369	35,02%
2010	845.021	-27,98%

Sumber : Pusat Data dan Informasi KRB, 2010.

Berdasarkan Tabel 1.4, dapat diketahui jumlah kunjungan wisatawan dapat dikatakan fluktuatif, meningkat sebesar 35,02% pada tahun 2009 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan adanya produk baru yaitu

jenis baru bunga bangkai yang didatangkan dari hasil ekspedisi para peneliti dari Jambi dan Sulawesi Selatan, selanjutnya di tahun 2010 terjadi penurunan jumlah kunjungan yang signifikan sebesar -27,98%. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa daya tarik wisata pesaing baru di Kota Bogor. Wisatawan nusantara (wisnus) memiliki peranan yang sangat penting bagi perkembangan pariwisata Indonesia begitu juga dengan KRB karena 97,61% pengunjung KRB merupakan wisnus, menurunnya jumlah kunjungan yang signifikan ke KRB dapat mengganggu perkembangan KRB sebagai daya tarik wisata dan pusat konservasi tanaman sehingga hal ini perlu diketahuinya motivasi wisatawan yang berkunjung ke KRB agar dapat diketahui kebutuhan, keinginan dan tujuan berkunjung ke KRB.

Faktor-faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap, mempengaruhi wisatawan untuk memutuskan kemana wisatawan akan berkunjung. (Schiffman dan Kanuk 2008:7)

Motivasi merupakan hal yang mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan "*Trigger*" dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi seringkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. (Pitana dan Gayatri 2005:58)

Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada dasarnya sama dengan keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui lima fase, yaitu, kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, keputusan melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan evaluasi kepuasan perjalanan wisata. (Kotler dan Keller 2009:208)

Proses pengambilan keputusan yang dilakukan wisnus untuk berkunjung ke KRB dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis seperti motivasi, persepsi,

pembelajaran, kepribadian, dan sikap, tetapi motivasi wisatawan merupakan faktor yang terpenting dalam memulai dan mengatur kegiatan-kegiatannya karena motivasi mempengaruhi seorang individu dalam melakukan pembelian.

Motivasi pula yang membangun seseorang untuk melakukan perilaku pembelian, Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari keputusan atas kebutuhannya. (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id>, diakses pada tanggal 02/08/2011, 11:31:10).

Motivasi yang melatarbelakangi wisnus berkunjung ke KRB antara lain faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan (*push factors*) dan faktor-faktor penarik motivasi wisatawan (*pull factors*). Faktor-faktor pendorong dan penarik ini merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan dalam melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis, merupakan *person specific motivator*. (Pitana dan Gayatri 2005:66). Menurut Alghamdi (2007:46) faktor-faktor pendorong yang memotivasi wisatawan untuk berwisata terdiri dari, *escape motives, relaxation, prestige, family and friend togetherness, knowledge, sport motivations, adventure, enjoying natural resources, desire for sex, motivations of alcohol consumption*, namun yang diteliti dalam penelitian dan sesuai dengan kondisi di lapangan yaitu *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, knowledge* dan *enjoying natural resources*.

Escape motives adalah keinginan wisnus untuk melepaskan diri dari lingkungan atau rutinitas sehari-hari. Hal ini dilakukan dengan berkunjung ke KRB. *Relaxation* adalah keinginan wisnus untuk menyegarkan diri secara mental dan fisik dengan berkunjung ke KRB. *Family and friend togetherness* adalah keinginan wisnus untuk mempererat kekerabatan dengan berkunjung ke KRB. *Knowledge* adalah keinginan wisnus untuk memperoleh/menambah

pengetahuan dan wawasan dengan berkunjung ke KRB dan *Enjoying natural resources*, keinginan wisnus untuk menikmati keindahan alam dengan berkunjung ke KRB,

Faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan digunakan untuk menjelaskan keinginan atau alasan wisatawan untuk pergi berwisata yang berkaitan dengan motif, kebutuhan dan kepentingan wisatawan (Alghamdi 2007:46), dengan diketahuinya faktor-faktor pendorong motivasi wisnus yang berkunjung ke KRB. Pengelola KRB dapat mengetahui kebutuhan wisnus saat berwisata, sehingga kebutuhan-kebutuhan dan keinginan wisnus yang terdiri dari *escape motives, relaxation, family and friend togetherness, knowledge* dan *enjoying natural resources* tersebut dapat dipenuhi dan dapat dipasarkan melalui berbagai macam program pemasaran. Seperti contohnya dengan diketahuinya seberapa besar motivasi wisatawan untuk berkunjung ke KRB yang dikarenakan *knowledge*. Pihak KRB dapat menambah signboard tentang jenis-jenis dan kegunaan setiap tanaman, mengadakan event tentang pentingnya menjaga lingkungan, membuat paket-paket khusus yang disertai dengan *tour guide* untuk lebih mengenal dan menambah wawasan tentang KRB.

Kebun Raya Bogor perlu melakukan pendekatan perilaku (*behavioural approach*), karena wisatawan disamping bertindak rasional, tetapi lebih mencari kepuasan dibandingkan pengalaman yang optimal. Melalui pendekatan tersebut diharapkan dapat mengetahui keinginan wisnus. Kemudian dapat meningkatkan pelayanan seperti yang diinginkan oleh wisnus dalam upaya memaksimalkan jumlah kunjungan wisnus ke KRB, dengan diketahuinya faktor-faktor pendorong motivasi wisnus yang datang, KRB bisa memenuhi kebutuhan wisnus, akhirnya keinginan wisnus terpenuhi dan meningkatkan jumlah kunjungan ke KRB.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian tentang “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENDORONG MOTIVASI WISATAWAN NUSANTARA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG KE KEBUN RAYA BOGOR**”.

1.2 Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana gambaran faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara ke Kebun Raya Bogor.
- b. Bagaimana gambaran keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Kebun Raya Bogor.
- c. Bagaimana pengaruh faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk memperoleh temuan tentang gambaran faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara ke Kebun Raya Bogor.
- b. Untuk memperoleh temuan tentang gambaran keputusan berkunjung wisatawan nusantara ke Kebun Raya Bogor.
- c. Untuk memperoleh temuan tentang seberapa besar pengaruh faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan nusantara terhadap keputusan berkunjung ke Kebun Raya Bogor.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah serta memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata, khususnya mengenai faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan dalam mengunjungi Kebun Raya Bogor.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Kebun Raya Bogor mengenai pengaruh faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan dalam mengunjungi Kebun Raya Bogor sehingga dapat menjadi informasi bagi pihak terkait dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kebun Raya Bogor.

