

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh devisa dari penghasilan non migas. Peranan pariwisata dalam pembangunan nasional, di samping sebagai sumber perolehan devisa juga banyak memberikan sumbangan terhadap bidang-bidang lainnya. Diantaranya menciptakan dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian lingkungan hidup dan budaya bangsa, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dan lain sebagainya. Seiring dengan pertambahan populasi penduduk dunia yang cukup pesat, mengakibatkan bertambahnya kecenderungan pasar potensial akan kebutuhan objek wisata. Terlebih lagi, perjalanan yang dilakukan bukan hanya hiburan, akan tetapi mempunyai tujuan tertentu yang akan membawa pengaruh cukup besar terhadap pribadi, keluarga, maupun lingkungannya (Supriyadi dan Komara, 2020).

Kepariwisata di Indonesia akhir-akhir ini berkembang dengan pesat. Hampir seluruh daerah atau provinsi mengembangkan program pariwisata dengan cara menjual atau menawarkan keindahan dan keunikan budaya, serta lingkungan alamnya. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik serta usaha-usaha yang berhubungan dengan pariwisata. Pariwisata adalah salah satu sektor penting yang memiliki kontribusi besar kepada perekonomian di Indonesia dengan cara mengurangi tingkat pengangguran, terciptanya peluang usaha dan lapangan pekerjaan di sekitar pariwisata sehingga meningkatkan penghasilan daerah, mengurangi tingkat kemiskinan dan berpotensi meningkatkan pendapatan negara khususnya pajak (Arlinda dan Sulistiyowati, 2021). Sehingga dengan adanya sektor pariwisata maka dapat meningkatkan kreatifitas masyarakat untuk membuat inovasi baru yang dapat menjadi produk ekonomi bernilai

tinggi dan menghasilkan dimana hal tersebut yang menjadikan industri kreatif berkembang.

Pada era modernisasi kini, kegiatan wisata tidak hanya dijadikan sebagai keinginan akan tetapi telah menjadi salah satu kebutuhan primer manusia. Menurut (Haryanto, 2020) tujuan utama wisatawan di seluruh dunia yakni melakukan perjalanan untuk rekreasi. Kegiatan pariwisata merupakan bagian dari kenyamanan yang di dominasi oleh generasi milenial khususnya di Indonesia. Sektor pariwisata di Indonesia saat ini dinilai efektif peranannya dalam menambah devisa negara. Hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan kebutuhan pariwisata di Indonesia maupun seluruh dunia. Pariwisata merupakan sumber pendapatan yang dapat terus diperbaharui. Bentuk pembaharuan pada daerah wisata berupa renovasi dan perawatan secara berkala, oleh sebab itu pariwisata merupakan investasi yang penting pada sektor non migas bagi Indonesia.

Pariwisata yang merupakan investasi ekonomi masa depan akan secara otomatis mempermudah perputaran barang dan jasa pelayanan di tempat wisata. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi keindahan alam dan kekayaan budaya bernilai tinggi dalam industri pariwisata. Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009, telah diberikan pengertian mengenai kepariwisataan. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan-kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah daerah dan pengusaha. Aspek pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor penting karena pariwisata mampu menjalankan tugasnya sebagai faktor pembangunan dan penghasil devisa negara.

Tujuan dari pengembangan pariwisata di Indonesia dapat dilihat secara jelas dalam peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969 Bab II Pasal 3, yang menyebutkan bahwa usaha-usaha pengembangan pariwisata di

Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan Negara. Menurut Anasi *et al.* (2021) Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata karena keragaman budaya, bahasa, adat istiadat, dan kondisi alam yang dimilikinya untuk dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Perkembangan sektor pariwisata saat ini semakin berkembang diberbagai daerah di Indonesia, hal tersebut berdampak pada perekonomian masyarakat lokal. Peningkatan perekonomian merupakan suatu hal yang sepenuhnya harus dilakukan guna memberikan kesejahteraan pada masyarakat sekitar daerah wisata.

Indonesia memiliki potensi yang besar di industri kepariwisataan (Yusendra, 2015). Hal tersebut dikarenakan Indonesia mempunyai banyak tempat yang berpotensi dan memiliki prospek yang baik untuk menarik orang berwisata. Selain letak geografis dan keindahan alam yang masih alami, Indonesia juga memiliki begitu banyak kekayaan budaya yang tetap dilestarikan oleh masyarakat setempat. Indonesia terkenal di mancanegara sebagai negara dengan alam yang indah. Negara kepulauan seluas 1,91 juta km² ini memang memiliki bentang alam yang mempesona mulai dari Aceh hingga Papua. Tak heran jika jumlah wisatawan yang datang terus bertambah, baik dari dalam maupun luar negeri untuk melihat langsung ragam keindahan wisata alam yang ada di Indonesia.

Pengembangan pemasaran pariwisata merupakan program utama Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata dengan enam kegiatan pokok, yaitu pengembangan pasar dan informasi pariwisata, peningkatan promosi pariwisata luar negeri, peningkatan promosi pariwisata dalam negeri, peningkatan pencitraan Indonesia, peningkatan minat khusus, konvensi, insentif, dan even, serta dukungan manajemen dan tugas teknis pengembangan pemasaran pariwisata lainnya. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana upaya untuk memasarkan sumber daya yang sudah tercipta menjadi daerah wisata kepada

masyarakat agar mereka mau datang ke tempat wisata. Kita tahu bahwa fungsi objek wisata dan sarana pariwisata sangat besar bagi suatu daerah kabupaten/kota.

Salah satu fungsi tersebut antara lain memberi pelayanan ruang publik untuk rekreasi, hiburan, olahraga santai. Fungsi lain dari objek wisata adalah memberi peluang lapangan kerja dan kesempatan berusaha disektor pariwisata bagi masyarakat di sekitar objek wisata diberbagai sektor antara lain dagang, angkutan, hiburan, jasa, telekomunikasi dan sebagainya. Fungsi lainnya adalah sebagai tempat pengembangan pendidikan dan pengetahuan atau penelitian dan sebagainya dan tidak ketinggalan bahwa fungsi lainnya adalah sebagai usaha menambah aset daerah yang sangat berharga untuk investasi jangka panjang sebagai sumber pendapatan asli daerah dalam rangka otonomi daerah dan sebagai sumber pendapatan pajak sektor pariwisata yang menjanjikan.

Objek wisata yang tersebar di Indonesia menawarkan ragam keunggulan bagi para pengunjungnya, sehingga mampu menarik minat wisatawan domestik maupun turis asing. Namun, sejak terjadinya pandemi Covid-19 kunjungan wisatawan tersebut menurun drastis pada seluruh objek wisata. Pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini berdampak pada seluruh aspek kegiatan manusia termasuk kegiatan pariwisata. *World Health Organization* (WHO) menjelaskan bahwa Covid-19 adalah virus yang menginfeksi sistem pernapasan. Virus ini menyebabkan penyakit flu biasa sampai penyakit yang lebih parah seperti Sindrom Pernafasan Timur Tengah (MERS-CoV) dan Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS-CoV). Virus Corona adalah *zoonotic* yang artinya ditularkan antara hewan dan manusia.

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan Indonesia, perkembangan kasus Covid-19 di Wuhan berawal pada tanggal 30 Desember 2019 dimana *Wuhan Municipal Health Committee* mengeluarkan pernyataan “*urgent notice on the treatment of pneumonia of unknown cause*” (covid19.go.id). Penyebaran virus

Corona ini sangat cepat bahkan sampai ke lintas negara. Penyebaran virus Corona yang telah meluas ke berbagai belahan dunia membawa dampak pada perekonomian Indonesia, baik dari sisi perdagangan, investasi, serta pariwisata (cnbcindonesia.com). Berbagai macam wisata di Indonesia ditutup akibat covid-19 ini. Penyebaran virus Corona menyebabkan wisatawan yang berkunjung ke Indonesia akan berkurang. Sektor-sektor penunjang pariwisata seperti hotel, restoran maupun pengusaha retail pun juga akan terpengaruh dengan adanya virus Corona. Sepinya wisatawan juga berdampak pada restoran atau rumah makan yang sebagian besar konsumennya adalah para wisatawan.

Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kemenparekraf memaparkan bahwa jumlah wisatawan lokal saat pandemi menurun sebesar 61%. Penurunan jumlah wisatawan yang signifikan tersebut sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian karena pariwisata berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia pandemi yang terjadi memberikan dampak 13 juta pekerja di sektor pariwisata dan 32,5 juta pekerja yang secara tidak langsung terkait sektor pariwisata (Kemenparekraf.go.id, 2021).

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia melalui pintu masuk utama meningkat drastis pada Maret 2022. Jumlah kunjungan wisman mencapai 40,79 ribu kunjungan atau naik 206,25% dibandingkan pada Maret 2021 yang sebanyak 13,32 ribu kunjungan. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, jumlah kunjungan wisman dari pintu masuk utama pada Maret 2022 juga meningkat sebesar 121,02%. Tercatat pada Februari 2022, kunjungan wisman mencapai 18,46 ribu kunjungan. Kunjungan wisman pada Maret 2022 terdiri atas wisman yang berkunjung dengan moda angkutan udara sebanyak 39,06 ribu kunjungan. Sementara, wisman yang menggunakan moda angkutan laut sebanyak 1,4 ribu kunjungan, dan moda angkutan darat sebanyak 319 kunjungan. Jika dilihat berdasarkan kebangsaan, wisman yang berkunjung ke Indonesia melalui pintu

masuk utama pada Maret 2022 didominasi oleh wisman berkebangsaan Tiongkok sebanyak 4.831 kunjungan (11,84%).

Hal ini menjadi momentum pemerintah dan khususnya bagi pihak pengelola objek pariwisata dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung wisata seperti saat sebelum terjadinya pandemi. Hal tersebut guna meningkatkan kepercayaan pengunjung dan mempertahankan eksistensi wisata dalam menghadapi permasalahan yang terjadi dengan meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan perjalanan destinasi wisata di era pasca pandemi Covid-19. Menurut Duta Besar Dr. Teuku Faizasyah, sektor pariwisata memainkan peranan penting dalam upaya percepatan pemulihan ekonomi pasca Covid-19, antara lain melalui stimulasi industri kreatif dan penciptaan lapangan kerja. Tahun 2022 merupakan momentum yang baik untuk kebangkitan sektor pariwisata nasional, memanfaatkan Indonesia sebagai tuan rumah G-20 dan kegiatan internasional MotoGP, disamping berbagai kebijakan Pemerintah Indonesia dalam menangani Covid-19 dan melonggarkan mobilisasi wisatawan asing dan domestik (kemenlu.go.id/portal).

Pemerintah memperbolehkan masyarakat untuk melakukan mudik Lebaran pada tahun 2022 ini dengan syarat sudah mendapatkan dua kali vaksin dan sekali *booster* serta tetap menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Libur panjang ini berpotensi mendongkrak industri pariwisata nasional pascaterpuruk akibat pandemi Covid-19. Survei Kementerian Perhubungan memperkirakan ada 85,5 juta orang pemudik tahun ini. Sebanyak 14,3 juta di antaranya adalah warga Jabodetabek. Momentum mudik lebaran bisa membawa angin segar bagi industri pariwisata tanah air. Sebelum pandemi, jumlah perjalanan turis lokal tercatat sebanyak 722,2 juta perjalanan pada 2019.

Jumlah tersebut menurun 28,2% sehingga tercatat hanya 518,6 juta perjalanan pada 2020. Begitu juga dengan jumlah wisatawan asing yang datang ke tanah

air. Dari 16,1 juta orang pada 2019, menjadi 4,1 juta orang pada 2020 dan melorot menjadi 1,5 juta orang pada 2021. Turunnya jumlah wisatawan berimbas pada merosotnya sektor penyediaan akomodasi dan makan minum. Kinerja sektor ini minus 10,26% sepanjang 2020, meski perlahan mulai kembali tumbuh 3,89% pada 2021 lalu. Direktur *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Bhima Yudhistira mengatakan, mudik lebaran akan mendorong permintaan di berbagai sektor, mulai dari jasa transportasi, makanan dan minuman, hingga perhotelan.

Berbagai program telah dijalankan pemerintah melalui berbagai solusi dan upaya mulai digencarkan guna memulihkan kembali sektor pariwisata dan memperbaiki kondisi sosial ekonomi bangsa Indonesia. Pemerintah berupaya terus beradaptasi dan fleksibel terhadap perubahan yang terjadi di industri *tourism* atau pariwisata. Salah satu program atau upaya yang digencar dilakukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yaitu dengan menerapkan program Indonesia Care guna memulihkan kondisi pariwisata Tanah Air. Seperti yang disampaikan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno bahwa Indonesia mengimplementasikan protokol kesehatan CHSE (Clanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability) di destinasi-destinasi wisata di Indonesia (dikutip dari kemenparekraf.go.id).

Selain program Indonesia Care, pemerintah juga memberikan bantuan berupa dana hibah pariwisata kepada para pelaku wisata dan ekonomi kreatif yang terdampak pandemi. Langkah itu agar mereka tetap dapat bertahan di masa krisis seperti ini. Tidak sampai di situ, apabila dilihat dari perspektif lain, sebenarnya dapat dikatakan bahwa pandemi ini tidak hanya mengakibatkan efek kerugian. Namun, akibat pandemi Covid-19 juga dibarengi dengan munculnya tren pariwisata yang telah berubah. Contoh simpelnya, sebelum pandemi, masyarakat bebas melakukan liburan ke luar negeri. Namun, setelah pandemi akses keluar-masuk negara lain pun dibatasi. Sehingga banyak

destinasi wisata domestik yang semakin mencuat dan peluang desa wisata daerah ikut berkembang.

Masyarakat yang merasa jenuh dan stres dengan kondisi dan keadaan yang terjadi saat pandemi ini memiliki dorongan atau keinginan untuk refreshing atau menyegarkan diri dengan berlibur di tempat wisata domestik daerah. Desa wisata domestik atau wisata daerah menjadi pilihan masyarakat untuk tetap dapat menikmati waktu luang dan berekreasi bersama keluarga karena tidak dapat bepergian ke luar negeri. Dengan tetap menerapkan ketatnya protokol kesehatan, masyarakat tetap bisa melakukan perjalanan dan menikmati destinasi wisata domestik yang ditawarkan daerah masing-masing.

Pemerintah Indonesia juga telah melonggarkan aturan mengenai pemakaian masker. Ketua Umum Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI) Didien Junaedy menyampaikan pelonggaran ini memberikan pengaruh besar, melihat masyarakat akan lebih percaya diri lagi untuk melakukan aktivitas diluar ruangan, salah satunya berwisata. CEO Tiket.com George Hendrata melihat dampak kebijakan lepas masker membuat pihaknya semakin optimis dalam memulihkan sektor pariwisata. Melihat data tren kunjungan ke hotel bahwa hingga Maret 2022 okupansinya sudah penuh. Menurut Horner dan Swarbrooke dalam Asmoro *et al.* (2020), ada dua faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen pariwisata dalam menentukan destinasi pariwisata yaitu faktor-faktor yang menentukan apakah konsumen akan bisa mengambil liburan atau tidak dan faktor-faktor yang menentukan jenis tipe perjalanan dan pengalaman apabila liburan wisata diambil oleh konsumen.

Secara lebih detail lagi Horner dan Swarbrooke merinci faktor-faktor tersebut berupa motivasi personal, ketersediaan obyek-obyek dan produk wisata yang menarik, nasehat-nasehat dan rekomendasi dari travel agent, informasi-informasi yang diperoleh tentang tujuan wisata dari organisasi turisme dan travel agent, rekomendasi dari teman, sahabat ataupun kerabat (*words of*

mouth), kondisi politik, keamanan dan teknologi dari destinasi pariwisata, kondisi higienitas lingkungan tujuan wisata, promosi special dari organisasi pariwisata, iklim dan cuaca dari destinasi wisata, sikap, opini dan persepsi terhadap tujuan wisata, gaya hidup konsumen wisata tersebut, pengetahuan saat ini tentang destinasi wisata, hobi dan ketertarikan serta pengalaman masa lalu konsumen pariwisata yang telah berkunjung ke suatu destinasi wisata tertentu.

Goeldner dan Ritchie dalam Cupian *et al.* (2021) juga menambahkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan destinasi wisata adalah komitmen terhadap keluarga, tingkat pendapatan, kepribadian konsumen, transportasi dan akses jalan, serta infrastruktur fasilitas pendukung akomodasi, makanan dan minuman hotel dan lain lain. Menemukan dan menentukan faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan destinasi wisata dimasa pandemi Covid-19 merupakan hal yang penting bagi pengelola objek wisata dalam rangka penyusunan strategi pemasaran kepariwisataannya, menentukan produk, harga, distribusi dan cara promosi destinasi wisata. Hal tersebut guna mempertahankan kegiatan bisnis objek wisata serta memajukan perekonomian masyarakat khususnya warga sekitar objek wisata.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan tentang rencana melakukan perjalanan wisata terhadap 20 orang yang berdomisili di Bandar Lampung, ditemukan bahwa hanya 14 orang atau hanya 70% responden yang berkeinginan melakukan perjalanan wisata. Responden memiliki beberapa alasan yang berbeda-beda, yang menarik adalah bahwa faktor kesehatan dan akibat rasa kejenuhan atau kebosanan muncul dari beberapa pernyataan yang telah dikumpulkan peneliti. Berdasarkan hal tersebut, kemungkinan besar terdapat faktor-faktor yang berbeda jika dibandingkan apabila wisatawan domestik melakukan perjalanan wisata pada saat pandemi maupun saat sebelum pandemi terjadi. Hal tersebut tentunya menarik untuk diteliti karena hasil penelitian nantinya dapat menyimpulkan faktor-faktor apa saja yang membuat orang-orang melakukan perjalanan wisata pada saat pasca pandemi khususnya di

Indonesia karena pada saat pandemi terdapat berbagai macam aturan yang membatasi mobilitas pada tiap daerah.

Kondisi pasca pandemi diharapkan para pengelola objek wisata untuk dapat mengevaluasi dan menata ulang tempat wisata yang mereka kelola. Pasca pandemi juga merupakan momentum bagi seluruh pihak yang terlibat dalam industri wisata untuk memulihkan keadaan setelah beberapa waktu lalu industri tersebut mengalami penurunan perkembangan yang signifikan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh *stakeholder* untuk memajukan dan mengembangkan potensi destinasi wisata di Indonesia. Pengembangan wisata domestik juga akan berdampak pada peningkatan tata kelola pemerintahan, serta memberikan pengalaman kepada pengunjung akan kekayaan alam dan budaya khususnya di Indonesia. Oleh karena itu, dengan adanya objek wisata dapat memberikan keuntungan berupa jalan keluar pengurangan kemiskinan dan pengangguran, serta mendorong perbaikan infrastruktur. Menurut Horner dan Swarbrooke dalam Asmoro *et al.* (2020), ada dua faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen pariwisata dalam menentukan destinasi pariwisata yaitu faktor-faktor yang menentukan apakah konsumen akan bisa mengambil liburan atau tidak dan faktor-faktor yang menentukan jenis tipe perjalanan dan pengalaman apabila liburan wisata diambil oleh konsumen.

Secara lebih detil lagi Horner dan Swarbrooke merinci faktor-faktor tersebut berupa motivasi personal, ketersediaan obyekobyek dan produk wisata yang menarik, nasehat-nasehat dan rekomendasi dari travel agent, informasi-informasi yang diperoleh tentang tujuan wisata dari organisasi turisme dan travel agent, rekomendasi dari teman, sahabat ataupun kerabat (*words of mouth*), kondisi politik, keamanan dan teknologi dari destinasi pariwisata, kondisi higienitas lingkungan tujuan wisata, promosi special dari organisasi pariwisata, iklim dan cuaca dari destinasi wisata, sikap, opini dan persepsi terhadap tujuan wisata, gaya hidup konsumen wisata tersebut, pengetahuan saat ini tentang destinasi wisata, hobi dan ketertarikan serta pengalaman masa lalu

konsumen pariwisata yang telah berkunjung ke suatu destinasi wisata tertentu.

Goeldner dan Ritchie dalam Cupian *et al.* (2021) juga menambahkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan destinasi wisata adalah komitmen terhadap keluarga, tingkat pendapatan, kepribadian konsumen, transportasi dan akses jalan, serta infrastruktur fasilitas pendukung akomodasi, makanan dan minuman hotel dan lain lain. Menemukan dan menentukan faktor yang mendukung keputusan dalam menentukan destinasi wisata merupakan hal yang penting bagi pengelola objek wisata dalam rangka penyusunan strategi pemasaran kepariwisataannya, menentukan produk, harga, distribusi dan cara promosi destinasi wisata, supaya lebih menarik serta memaksimalkan jumlah wisatawan untuk datang ke suatu destinasi wisata. Berdasarkan uraian diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul ***“Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Untuk Berwisata Pada Pasca Pandemi Covid-19”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat ditentukan rumusan masalah untuk peneltian ini adalah:

1. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19?
2. Faktor-faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan dalam laporan tugas akhir ini dapat terarah maka penulis memberikan ruang lingkup penelitian yaitu:

1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah wisatawan domestik di Provinsi Lampung

2. Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata di masa new normal meliputi faktor internal maupun eksternal bagi wisatawan

3. Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini dilakukan di lokasi objek wisata yang berada di Bandar Lampung dan sekitarnya

4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2021 sampai dengan Mei 2023

5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19
2. Mengetahui faktor-faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi wisatawan untuk berwisata pada pasca pandemi Covid-19

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak khususnya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan masalah serta sebagai bentuk implementasi atas pengetahuan yang telah didapatkan saat perkuliahan

2. Bagi Pengelola

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengelola untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan obyek wisata

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini mencakup tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dari penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, serta metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya pikir peneliti dalam menganalisis persoalan yang dibahas, dengan berpedoman pada teori-teori yang dikemukakan pada Bab II.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat simpulan yang merupakan kesimpulan-kesimpulan yang menjelaskan tentang temuan masalah dan solusi yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan serta saran bagi perusahaan maupun peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**