

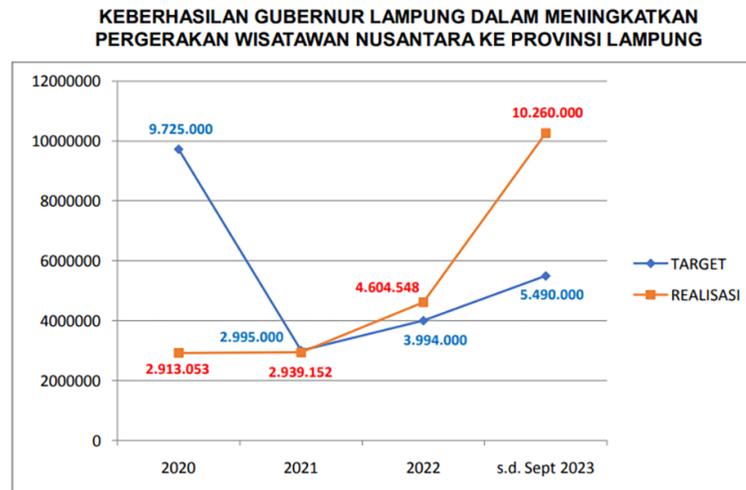
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi dengan keanekaragaman hayati, warisan sejarah/budaya dan potensi sumber daya alam yang kaya. Melimpahnya sumber daya alam yang tersedia dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah jika sumber daya alam tersebut dapat dikelola secara efektif dan efisien. Pariwisata merupakan salah satu contoh pemanfaatan sumber daya alam suatu yang bernilai ekonomi dengan menjadi suatu tujuan wisata yang menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri. Pemanfaatan pariwisata dengan baik maka akan meningkatkan perekonomian mandiri bagi daerah tersebut. Setiap destinasi pariwisata di Indonesia baik wisata alam, wisata industri hingga wisata buatan menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi oleh setiap wisatawan. Jumlah wisatawan yang mengunjungi berbagai destinasi wisata di Indonesia juga terbilang tinggi sehingga mengharuskan pemerintah membuat rancangan program yang dapat menarik minat wisatawan local dan asing (Purba, n.d.)

Provinsi Lampung merupakan salah satu tempat yang menjadi tujuan wisatawan untuk berwisata di Indonesia. Berdasarkan data dari BPS Dinas Pariwisata, Ekonomi Provinsi Lampung Menunjukkan provinsi Lampung termasuk kedalam daerah tujuan destinasi pariwisata di Indonesia.



Sumber: BPS dan Dinas Pariwisata, Ekonomi Provinsi Lampung

Gambar 1.1

Grafik Kunjungan wisatawan pada tahun 2020-2023

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) RI, jumlah pergerakan wisatawan Nusantara di Lampung pada periode Januari-September 2023 mencapai 10.260.00 orang, pencapaian ini jauh melampaui target yang ditetapkan oleh pemerintah Provinsi Lampung pada tahun 2023, yaitu sebesar 5.490 orang. Pencapaian ini menempatkan Lampung sebagai urutan ke-3 capaian tertinggi wisatawan nusantara di pulau Sumatra. Provinsi Lampung memiliki banyak tempat yang memungkinkan dan berpeluang besar menarik orang untuk berwisata. Selain lautnya yang bersih, Lampung juga mempunyai wisata alam. Destinasi wisata yang ada di Provinsi Lampung tersebar di berbagai daerah di Kabupaten dan Kota yang ada di Provinsi Lampung.

Kabupaten Tanggamus merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki berbagai macam potensi alam yang dapat dikembangkan. Keindahan alam dan

keanekaragaman adat dan budaya merupakan modal dasar yang dapat dikembangkan menjadi produk wisata yang menarik bagi wisatawan ke Kabupaten Tanggamus. Kabupaten Tanggamus memiliki slogan “Begawi Jejama” yang bermakna bekerja bersama-sama, selogan tersebut menyimbolkan masyarakat Tanggamus yang mengutamakan persatuan dan kesatuan dalam melaksanakan pekerjaan untuk membangun daerahnya. Dengan destinasi wisata alam yang menjadi unggulan pariwisata. Berikut tempat wisata di Kabupaten Tanggamus menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tanggamus.

Tabel 1.1
Objek Wisata Unggulan di Kabupaten Tanggamus

NO	Obyek wisata
1.	Pantai Muara Indah
2.	Pantai Gigi Hiu
3.	Pantai Karang Bolong
4.	Pantai Teluk Kiluan
5.	Air Terjun Way Lalaan
6.	Air Terjun Tirai
7.	Air Terjun Lembah Pelangi
8.	Mata Air Gunung Batu
9.	Bukit Idaman
10.	Selobucu

Sumber: BPS Tanggamus

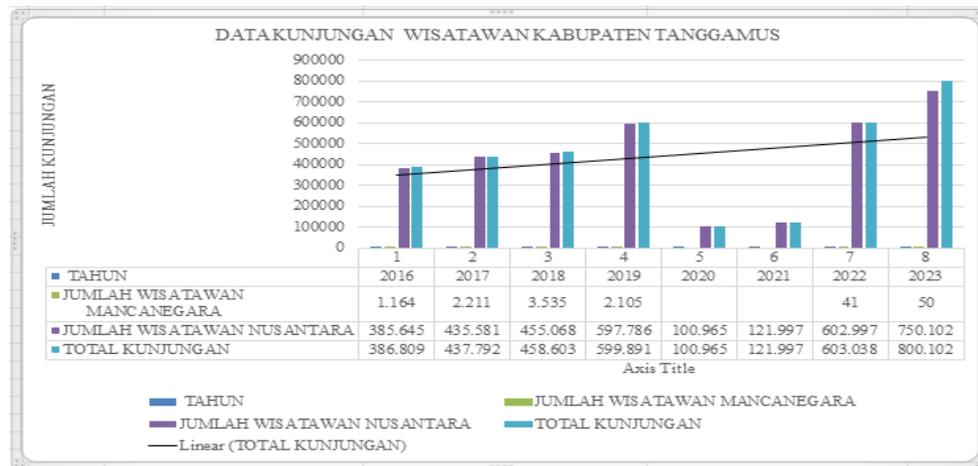
Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Tanggamus, ada banyak destinasi wisata yang tersebar di berbagai wilayah Kabupaten Tanggamus dengan memberikan manfaat yang berbeda-beda kepada pengujungnya. Objek wisata di Kabupaten Tanggamus mampu bersaing di bidang pariwisata di Provinsi Lampung dan menjadi salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan, Berikut data pengunjung wisatawan yang berkunjung di wisata Kabupaten Tanggamus pada tahun 2016-2023:

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Tanggamus Tahun 2016-2023

Tahun	Target Kunjungan Wisatawan	Jumlah Wisatawan Mancanwgara	Jumlah Wisatawan Nusantara	Total Kunjungan Wisatawan
2016	250.000	1.164	385.654	386.809
2017	300.000	2.211	435.581	437.792
2018	350.000	3.535	455.068	458.603
2019	500.000	2.105	597.786	599.891
2020	600.000	-	100.965	100.965
2021	500.000	-	121.997	121.997
2022	500.000	41	602.997	603.038
2023	650.000	50	750.102	800.102

Sumber: BPS Kabupaten Tanggamus

Berdasarkan data Jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Tanggamus bahwa wisata Kabupaten Tanggamus pada tahun 2016-2019 menunjukkan bahwa wisata Kabupaten Tanggamus mengalami peningkatan. Akan tetapi pada tahun 2020-2021 wisata di Kabupaten Tanggamus mengalami Penurunan akibat adanya pandemic Covid-19, setelah berakhirnya pandemi covid-19 wisata di Kabupaten Tanggamus mengalami peningkatan yang cukup tinggi dari tahun-tahun sebelumnya. Dilihat dari data secara keseluruhan, objek wisata di Kabupaten Tanggamus mengalami tren peningkatan. Berikut grafik kunjungan wisatawan di Kabupaten Tanggamus.



Sumber: Data di olah BPS Kabupaten Tanggamus

Gambar 1.2
Grafik Kunjungan Wisatawan Kabupaten Tanggamus

Fenomena meningkatnya jumlah wisatawan dari tahun 2022 hingga tahun 2023 serta target pemerintan Kabupaten Tanggamus pada tahun 2023 berdasarkan pada data di atas menyatakan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Tanggamus di estimasi dengan target jumlah kunjungan wisatawan mencapai 800.102 ribu jiwa cukup menarik untuk diteliti, keuntungan yang diperoleh pengelola destinasi jika jumlah wisatawan meningkat dapat menghasilkan keuntungan yang akan didapat oleh pihak pengelola wisata. Permasalahan yang terjadi belum adanya kajian khusus, setelah dilakukan wawancara dengan Ibu Nur Samsian, S.E., M.M selaku kepala Sub Bagian Umum dan Kepegawaian serta selaku pihak yang bertanggung jawab dalam mengkoordinir objek pariwisata Kabupaten Tanggamus, sehingga belum diketahui apa yang mempengaruhi keputusan berkunjung ke destinasi wisata Kabupaten Tanggamus.

Berikut adalah data Prasurvei yang dilakukan peneliti pada tanggal 1 November 2023 dengan 30 responden yang sudah berkunjung di wisata Kabupaten Tanggamus:

Tabel 1.3
Hasil Prasurvei Awal

NO	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang mendasari anda melakukan kunjungan ke objek wisata di Kabupaten Tanggamus	1. Alam nya yang bagus 2. Tau dari media social 3. Tiket Masuknya Murah 4. Tempat nya yang nyaman

Sumber: Survei awal, 1 November 2023

Berdasarkan prasurvey awal menunjukkan bahwa wisatawan yang telah berkunjung di Kabupaten Tanggamus memiliki alasan tersendiri untuk berwisata di Kabupaten Tanggamus. Keputusan berkunjung wisatawan sama dengan konsep teori keputusan pembelian konsumen, dimana wisatawan atau konsumen menentukan pilihan-pilihan terhadap produk atau jasa yang disediakan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi atau membeli semua produk. Keputusan yang konsumen lakukan yang berkaitan dengan berwisata adalah keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan (Ayu, 2021) . Keputusan berkunjung salah satunya dipengaruhi oleh citra destinasi, artinya citra destinasi yang lebih baik akan lebih menarik kunjungan wisatawan ke kota tersebut (Azman et al 2019) Kesimpulannya keputusan berkunjung adalah suatu kegiatan yang di lakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi suatu tempat tertentu untuk rekreasi, atau untuk mengeksplorasi keunikan daerah tujuan wisata yang dikunjungi. Berdasarkan penelitian penelitian sebelumnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke objek wisata diantaranya:

Harga merupakan satu-satunya unsur dari berbagai bauran pemasaran yang akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan (Mamonto S,W 2021). Strategi harga, dimana harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali tebetur pada kebijakan penetapan harga yang dikeluarkan oleh produsen. Persepsi harga adalah satu-satunya konsep psikologis terpenting yang memengaruhi bagaimana pelanggan bereaksi terhadap harga. Persepsi positif adalah hasil dari persepsi bahwa akan dilakukan pembelian, sedangkan persepsi negative adalah menifestasi dari kurangnya apresiasi konsumen terhadap produk atau layanan yang dibeli (Tandijo & Efrata, n.d.). Dijelaskan pula (Nasution et al., 2020) harga yang ditunjukkan oleh pelanggan atau pembeli adalah biaya yang dikeluarkan untuk sesuatu. Harga merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi perilaku konsumen. Persepsi konsumen akan harga yang telah disebabkan oleh perusahaan dapat menentukan perilaku keputusan pembelian. Semakin tinggi harga yang ditawarkan maka semakin rendah keputusan untuk membeli, sebaliknya jika harga yang ditawarkan rendah maka semakin besar konsumen dalam melakukan pembelian (Anggraeni & Soliha, 2020). Berdasarkan riset dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Tourist Attraction adalah sesuatu hal yang sangat penting dalam suatu destinasi wisata tersebut. *Tourist Attraction* didefinisikan secara umum merupakan sikap yang didasarkan wisatawan yang menilai citra secara positif bersedia untuk mengunjunginya kembali dan merekomendasikan destinasi yang relevan kepada orang lain (Muhammad Nur Mialfi Salim et al., 2022) *Tourist Attraction* yaitu perilaku yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikandaya tariknya, sehingga data tarik

wisata merupakan salah satu elemen penting dalam pengembangan pariwisata (Setyawan, n.d.). Seseorang pengunjung berkunjung ke suatu tempat wisata karena tertarik oleh suatu yang menarik pada destinasi itu (Zulzaman et al., 2020). Daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Destinasi wisata dibagi menjadi 5 daya tarik yaitu: 1. Daya tarik wisata alam (*natural attraction*), 2. Daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan (*building attraction*), 3. Daya tarik wisata yang dikelola khusus (*managed visitor attractions*), 4. Daya tarik wisata budaya (*cultural attraction*), 5. Daya tarik wisata social (Susianto et al., 2022). Berdasarkan riset dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *Tourist Attraction* memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Kenyamanan menjadi kondisi yang sangat penting dalam industri pariwisata. Kenyamanan dan keamanan yang di berikan dapat menimbulkan kepercayaan dan menimbulkan kepercayaan dan menumbuhkan kepuasan bagi wisatawan (Yadnya et al., 2023). Kenyamanan merupakan keadaan dimana tiap masyarakat dilayankan dengan tepat serta diberikan fasilitasnya yang memadai dengan maksed meningkatkan kenyamanan disaat berkegiatan di suatu destinasi (Fabriharda et al., 2021). Peneliian Persepsi atas kemudahan bertransaksi online (*Perceived ease of use*) manfaat berinterksi online (*perceived usefulness*) dan persepsi atas kenyamanan (*perceived enjoyment*) adalah faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Putri, 2021). Berdasarkan riset dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Promosi merupakan suatu proses yang dirancang untuk memberi tahu pengunjung tenta citra wisata yang di tawarkan. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya sehingga membujuk konsumen untuk membelinya, promosi juga

berfungsi untuk menciptakan citra atau kesan terhadap apa yang diiklankan Menurut (Wahyudi & Herlan, 2021). Promosi di perlukan karena dari proses promosi tersebut dapat terjadi peningkatan minat daya tarik wisatawan domestic maupun mancanegara (Bahri et al., 2022). Kegiatan promosi pariwisata morizka menjelaskan peran promosi pada sector pariwisata yaitu untuk merangsang pembelian produk wisata oleh pembeli dan meningkatkan efektifitas penjualan dengan waktu yang singkat serta perusahaan mampu menarik calon konsumen baru. Promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian atau datang berkunjung ke suatu objek wisata (Sari & Suyuthie, 2020). Berdasarkan riset dan penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diteliti peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Kabupaten Tanggamus”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus?
2. Apakah *Tourist Attraction* berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus?
3. Apakah Kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus?
4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung objek wisata di Kabupaten Tanggamus.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah keputusan berkunjung wisatawan di Kabupaten Tanggamus

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisata Kabupaten Tanggamus

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang waktu yang di tentikan pada penelitian ini didasarkan pada perkiraan kebutuhan penelitian yang dilakukan pada bulan November 2023 s/d Februari 2024

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus
2. Untuk mengetahui pengaruh *Tourist Attraction* terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus
3. Untuk mengetahui pengaruh Kenyamanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Kabupaten Tanggamus

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan pengalaman penulis yang berhubungan dengan keputusan wisatawan Kabupaten Tanggamus serta mengembangkan kemampuan penulis yang diperoleh selama perkuliahan dan menjadi bahan pembelajaran untuk melangkah ke jenjang selanjutnya.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pengelola objek wisata dan pemerintah dalam memperhatikan keputusan berkunjung wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Tanggamus.

1.5.3 Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Darmajaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan mengenai “Persepsi Keputusan Berkunjung Pada Wisatawan Kabupaten Tanggamus.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang di teliti.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variable, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis berdasarkan pada teori dan metode pada Bab II dan Bab III.

Bab V : Simpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis dan diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak terkait dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN