

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata mempunyai nilai penting dan kontribusi dengan dimensi yang luas, baik secara ekonomi, sosial politik, budaya, kewilayahan dan lingkungan. Sektor pariwisata dilihat dari segi ekonomi, memberikan banyak kontribusi dalam perolehan devisa negara, pendapatan daerah dan juga penyerapan tenaga kerja pada usaha-usaha kepariwisataan. Pengembangan sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal diwilayah destinasi wisata tersebut. Jika dilihat dari sisi sosial politik, pengembangan pariwisata dapat meningkatkan rasa cinta kepada tanah air Indonesia, serta rasa kesatuan dan persatuan bangsa. Kepariwisataan diwilayah Indonesia memiliki multisektor dan lintas regional yang dapat mendorong pembangunan infrastruktur serta fasilitas-fasilitas penunjang kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang dapat menggerakkan arus investasi serta pengembangan suatu wilayah.

Indonesia berharap agar sektor Pariwisata dapat sebagai mesin penggerak ekonomi dan penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di Indonesia atau suatu kawasan dan tentunya memberikan sumbangsih dalam usaha mensejahterakan masyarakat. Pembangunan pariwisata diharapkan mampu memberikan kesempatan bagi seluruh masyarakat di sekitar destinasi untuk berusaha dan bekerja sehingga mampu memberi andil besar dalam meningkatkan perekonomian dan penghapusan kemiskinan.

Menurut catatan PES (*Passenger Exit Survey*) 2014, daya tarik wisata (DTW) alam (*nature*) memberikan kontribusi 35% kedatangan wisatawan mancanegara (*Marine Tourism* 35%, *Eco tourism* 45%, dan *Adventure tourism* 20%) pada tahun

2014, sementara itu untuk DTW Budaya (*Culture*) 60% dan buatan (Manmade) 5% (Passenger exit survey/PES 2014, dalam Statistik Profil Wisatawan Mancanegara Tahun 2014). Melalui Kementerian Pariwisata, Indonesia telah menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2019 sebanyak 20 juta sedangkan pencapaian di tahun 2014 sebanyak 9 juta. Untuk perjalanan wisatawan dalam negeri ditargetkan meningkat dari 250 juta perjalanan pada tahun 2014 menjadi 275 juta di tahun 2019. Untuk mencapai target yang diinginkan tersebut perlu dukungan dari berbagai pihak baik pemerintah (pusat dan daerah) maupun swasta. Setiap provinsi diharapkan dapat meningkatkan performa potensi pariwisatanya sehingga meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung dan berkunjung dan berkunjung kembali.

Provinsi Lampung pada khususnya wilayah yang memiliki “bibit potensial” di bidang pariwisata, saat ini mulai gencar mengobservasi dan mengembangkan potensi wisatanya. Pada tahun 2010, pemerintah Provinsi Lampung mencanangkan tahun kunjungan wisatawan. Menyebutkan bahwa terdapat 11 hotel berbintang, 251 hotel melati/non klasifikasi, 362 pondok wisata, 350 objek wisata, 130 biro perjalanan, 16 restoran, 1.175 rumah makan, 1 padang golf, 59 tempat karaoke, 17 kafetaria, 22 usaha panti pijat, 2 diskotik, 128 usaha cinderamata, 934 sanggar kesenian, 405 salon/spa, dan 49 kolam renang. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lampung meningkat rata-rata 30 persen setiap tahun (Kebudayaan dan Pariwisata dalam Angka Tahun 2013, 2014).

Provinsi Lampung memiliki garis pantai sepanjang 1.105 km dan berada di posisi lautan yang strategis yaitu berada di dekat Samudera Hindia di sebelah barat, Selat Sunda di sebelah selatan, dan Laut Jawa di sebelah timur (Travel Pattern-Pola Perjalanan Wisata Lampung Tahun 2013). Potensi pariwisata Provinsi Lampung yang begitu besar dengan keanekaragaman objek dan daya tarik wisata yang dimiliki oleh 13 kabupaten dan 2 kota akan menjadikan pariwisata sebagai salah

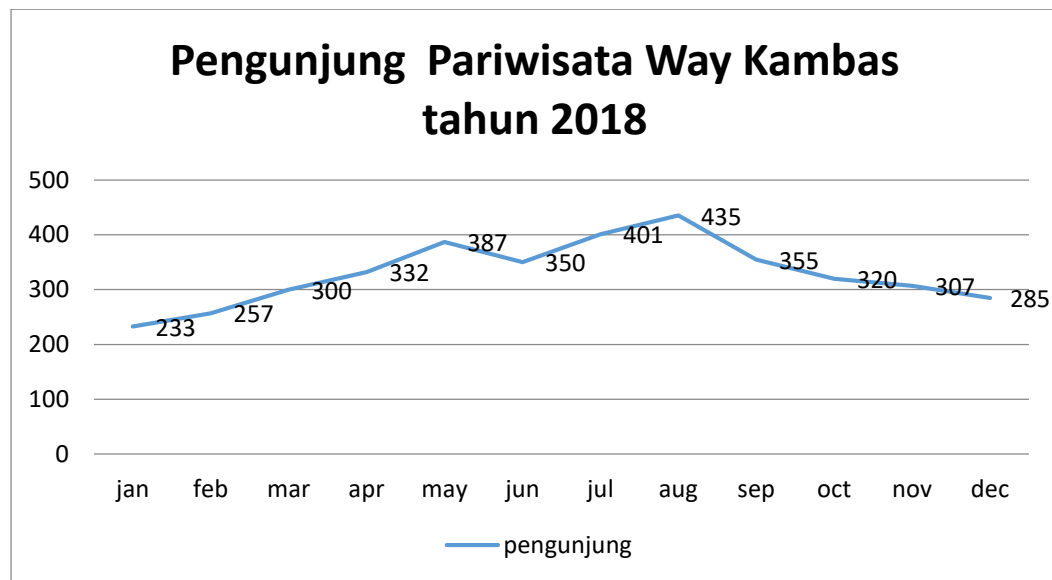
satu bisnis utama (*core business*) andalan Provinsi Lampung. Lokasi Lampung yang sangat strategis, dekat dengan pintu gerbang utama Indonesia yang sekaligus merupakan sumber pasar wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, diproyeksikan akan menjanjikan peluang yang besar bagi pengembangan pariwisata di Provinsi Lampung (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Provinsi Lampung tahun 2012-2031, 2012).

Namun saat ini semakin banyak tempat-tempat wisata yang mulai berkembang di provinsi Lampung. Tantangan bagi setiap industri pariwisata saat ini mempertahankan dan memperbanyak jumlah pengunjung dengan kenaikan yang signifikan setiap tahunnya. Dalam menarik wisatawan, objek wisata harus senantiasa melihat kualitas guna mendapatkan peningkatan yang signifikan kunjungan wisatawan ke objek wisata tersebut Kotler P dan G Armstrong (2009). Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata yang ada di Lampung. Menyebabkan semakin banyaknya alternatif pilihan untuk berwisata, maka akan semakin banyak pula untuk wisatawan berpindah dari satu objek wisata ke objek wisata lain.

Semula status kawasan Taman Nasional Way Kambas merupakan tempat suaka margasatwa di tahun 1924, kemudian ditingkatkan menjadi suaka alam pada tahun 1937, berdasarkan Keputusan Gubernur Hindia Belanda Nomor 14 Stbl 1937 tanggal 26 Januari 1937. kemudian pada tahun 1989 melalui Keputusan Menteri Kehutanan No.444/ Menhut/II/1989, kawasan ini dinyatakan menjadi Taman Nasional. Kawasan Taman Nasional Way Kambas dengan luas 1.30.000 ha yang saat ini dikelola oleh Balai Konservasi Sumber daya Alam Tingkat I Propinsi Lampung, yang sebagian besar merupakan dataran rendah yang sedikit bergelombang dengan ketinggian yang bervariasi dari 0-98 meter diatas permukaan laut, dengan memiliki dua musim yang berbeda, musim hujan antara

bulan Oktober sampai April dan musim kering antara bulan Mei sampai September.

Taman Nasional Way Kambas memiliki potensi pariwisata yang cukup tinggi dengan keindahan alam yang cukup menarik dan bervariasi, mulai dari keindahan alam, ekosistem, hutan mangrove, hutan pantai, hutan hujan, dataran rendah dan lain-lain kesemuanya ini bisa dinikmati dengan cara menyusuri sungai-sungai besar yang ada di sekitar Taman Nasional Way Kambas, seperti Way Panet dan Way Wako dengan menggunakan kapal motor *speed Board*. Berikut ini merupakan jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Taman Nasional Way Kambas pada tahun 2018:

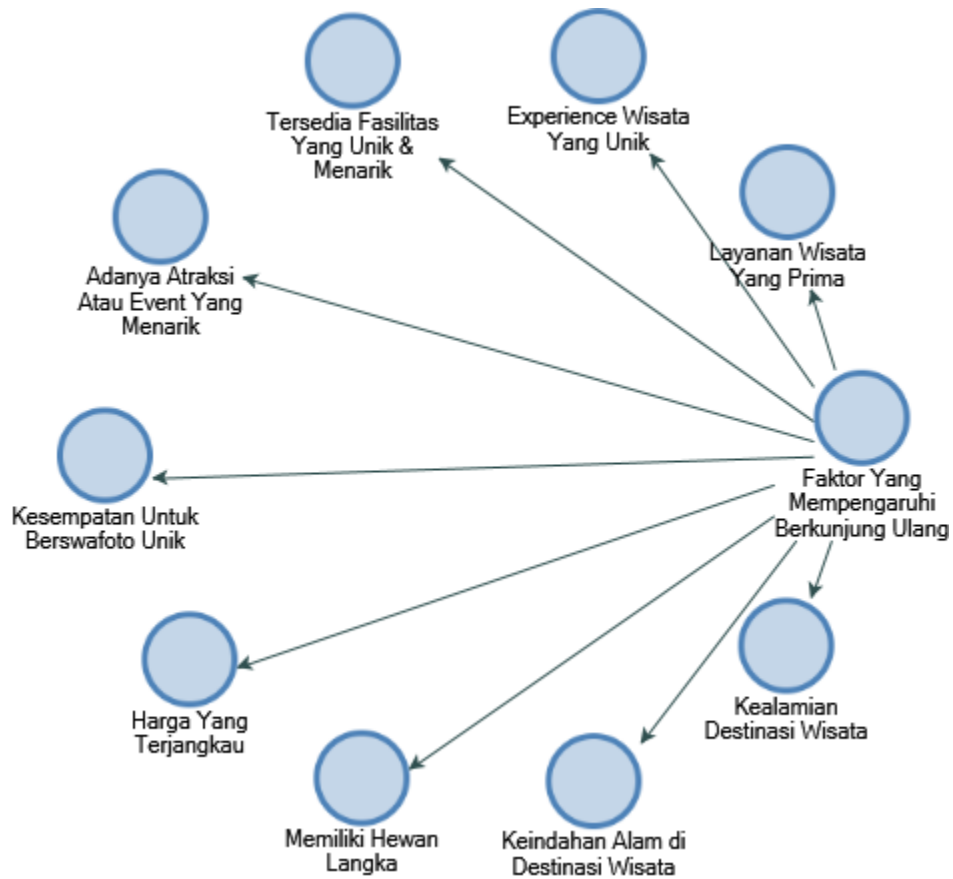


Sumber: Taman Nasional Way Kambas, 2018

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Taman Nasional Way Kambas

Berdasarkan data, jumlah wisatawan yang berkunjung selama tahun 2018 cenderung mengalami penurunan. Hal ini sangat disayangkan karena objek wisata Taman Nasional Way Kambas bisa dijadikan pilihan untuk berwisata karena dilengkapi dengan beragam flora dan fauna unik seperti: Harimau Sumatera

(*Panthera Sumatrae*), Anjing Liar Asia (*Cuon Apinus*), Tapir (*Tapirus Indicus*), Badak (*Rhinocerotidae*), Gajah Sumatera (*Elephans Maximus Sumateranus*) sebanyak 250 ekor yang masih liar dan 121 ekor yang sudah dijinakkan.



Sumber : Data diolah NVivo 12 Pro,2019

Gambar 1.2
Faktor yang mempengaruhi berkunjung ulang Taman Nasional Wisata Way Kambas

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan kepada 20 pengunjung Taman Nasional Wisata Way Kambas menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang membuat pengunjung tertarik untuk datang berkunjung kembali ke taman nasional wisata Way Kambas disebabkan karena faktor keindahan alam di destinasi wisata. Keindahan alam yang dimaksud adalah pemandangan yang ada di taman nasional wisata Way Kambas yang masih asri yang jarang ditemui di tempat wisata lain membuat pengunjung menjadi tertarik untuk datang berkunjung ke taman wisata Taman Nasional Way Kambas. Sebanyak 9 orang dari total 20 orang pengunjung faktor keindahan alam mendapat respon tertinggi dari para pengunjung. Selain itu faktor adanya atraksi atau *event* yang menarik serta memiliki hewan yang langka juga direspon positif oleh para pengunjung. Hal ini dikarenakan pengunjung dapat dengan mudah melakukan interaksi dengan hewan yang cukup langka yaitu Gajah. Karena didalam taman wisata Nasional Way Kambas memberikan kebebasan kepada para pengunjung untuk dengan mudah berfoto, memberikan makan, berkeliling dengan menaiki gajah serta memandikannya. Hal ini mempunyai kesan tersendiri yang dirasakan oleh para pengunjung ketika datang berkunjung ke Taman Wisata Nasional Way Kambas dan menjadi salah satu alasan untuk melakukan kunjungan ulang ke wisata tersebut.

Wisatawan pada kunjungan pertama yang merasa tidak puas akan menyebabkan *customer exit* dan dalam jangka panjang menjadi sesuatu yang sangat potensial dapat menurunkan jumlah kunjungan wisatawan ke tempat tujuan wisata. Sebaliknya wisatawan mancanegara ataupun lokal yang merasa puas selama melakukan perjalanan wisata akan menciptakan gambaran yang positif terhadap jasa pariwisata dan mendorong penciptaan loyalitas bagi wisatawan dimasa yang akan datang, sehingga pada akhirnya akan mempunyai kontribusi sangat signifikan terhadap keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan seperti jumlah

wisatawan, lama tinggal, jumlah pengeluaran wisatawan, permintaan produk industri pariwisata, dan kinerja industri pariwisata.

Daya tarik wisata, persepsi harga, kelengkapan fasilitas, lokasi dan citra destinasi merupakan faktor yang harus diperhatikan perusahaan. Minat berkunjung ulang akan tercapai jika perusahaan memperhatikan dan melakukan dengan baik faktor-faktor tersebut. Basiya dan Rozak (2012) mendefinisikan minat berkunjung ulang adalah keadaan mental seseorang yang mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu.

Mailiza (2015) memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Spillane dalam Taskia dan Hayati, (2012) menyatakan ada lima unsur daya tarik wisata dalam industri pariwisata yang sangat penting, yaitu: *Attractions, Facilities* yang diperlukan, *Infrastructure, Transportations, Hospitality*.

Persepsi harga juga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya (Kotler dan Keller, 2013). Sedangkan persepsi menurut Schiffman & Kanuk (2010) adalah suatu proses dari seorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasikan, dan menerjemahkan stimulus-stimulus atau informasi yang datang menjadi suatu gambaran yang menyeluruh.

Harga dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan bagi perusahaan, tetapi strategi harga bukanlah merupakan satu-satunya cara untuk mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan, namun setiap perusahaan hendaknya mempertimbangkan secara matang setiap keputusan dalam masalah harga. Perusahaan harus memberikan harga yang sesuai kepada pelanggan, murah atau

mahalnya harga sangat relatif sifatnya. Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu dengan harga objek wisata serupa yang. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Monica (2018) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh terhadap minat berkunjung ulang para wisatawan.

Faktor lain selain harga yaitu berupa kelengkapan fasilitas. Kelengkapan fasilitas adalah berupa layanan dan fasilitas yang mendukung termasuk didalamnya berupa infrastruktur dasar untuk pengunjung, transportasi umum, dan jalan serta pelayanan langsung bagi pengunjung seperti akomodasi, informasi pengunjung, fasilitas rekreasi, panduan, operator dan fasilitas makan dan minum serta fasilitas belanja (Dinda, 2017). Untuk fasilitas di objek wisata ini sudah cukup lengkap seperti Satwa Sumatra *Elephant Ecolodge*, Way Kanan Resort, Pusat Pelatihan Gajah, Way Kambas *National Park Camping Ground*, YESTOYA *Club House Hotel* yang bisa wisatawan gunakan untuk melepas penat sambil menikmati keindahan flora dan fauna. Penelitian yang dilakukan Yoza (2017) menjelaskan bahwa kelengkapan fasilitas dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk datang berkunjung.

Lokasi atau tempat merupakan tempat / saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai (Kotler dan Keller, 2011). Kemudahan pengunjung untuk mencapai tujuan wisata melalui jalan darat, jalur udara, kereta api maupun jalur laut. Pengunjung harus juga dapat melakukan perjalanan dengan relatif mudah dan persyaratan visa, masuk pelabuhan, dan kondisi jalur masuk tertentu. Penelitian yang dilakukan Yoza (2017) dan Indah (2018) menjelaskan bahwa lokasi wisata yang jauh maupun dekat dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk datang berkunjung.

Citra Destinasi adalah suatu yang unik atau gambaran penting dalam menarik pengunjung untuk berkunjung. Fasilitas dan atraksi yang baik tidaklah cukup jika pengunjung tidak dapat membayangkan atau memahaminya ataupun tidak menyadarinya. Berbagai cara dapat digunakan untuk mempromosikan citra daya tarik wisata (misalnya dengan pemasaran dan branding, travel media, *e-marketing*). Yang termasuk dalam citra tujuan wisata adalah keunikan, pemandangan, adegan, kualitas lingkungan, keselamatan, tingkat layanan, dan keramahan.

Penelitian mengenai minat berkunjung ulang sangat penting dilakukan agar pihak pengelola Taman Nasional Way Kambas dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk tertarik datang kembali. Ada banyak faktor-faktor yang menentukan yang ada di destinasi Taman Nasional Way Kambas tetapi dalam penelitian ini dibatasi hanya menggunakan faktor seperti kealamian destinasi wisata, keindahan alam di destinasi wisata, memiliki hewan langka, harga tiket yang terjangkau, kesempatan untuk berwisata foto yang unik, atraksi atau event yang menarik, tersedia fasilitas unik dan menarik, *experience* wisata yang unik dan layanan wisata yang prima. Namun demikian belum diketahui faktor-faktor apa saja yang dominan di destinasi Way Kambas. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : ” **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERKUNJUNG ULANG WISATAWAN DI TAMAN WISATA NASIONAL WAY KAMBAS**”.

1.2 Perumusan Masalah

Faktor-faktor apa sajakah yang dominan menentukan wisatawan berkunjung ulang ke destinasi Taman Nasional Way Kambas?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Taman Nasional Way Kambas

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah Taman Nasional Way Kambas.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 hingga Januari 2019.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran, yang membahas tentang pariwisata.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah: Untuk mengeksplor faktor utama yang mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi wisata Taman Nasional Way Kambas.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan adalah :

a) Bagi peneliti

Sebagai sarana menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, terutama pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ulang wisatawan Taman Nasional Way Kambas. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai

bahan referensi atau bahan kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya supaya mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

b) Bagi perusahaan

Bagi pengelola Taman Nasional Way Kambas, diharapkan dapat menjadi bahan usulan yang konstruktif dalam menentukan langkah strategi promosi dan dapat memberikan kontribusi positif dalam rangka meningkatkan pangsa pasar sekaligus menjadikan Taman Nasional Way Kambas menjadi pilihan destinasi wisata bagi para konsumen.

c) Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

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

Bab II Landasan Teori

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian dan kerangka penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, operasional variabel, penentuan skala nilai, sumber data, teknik analisis data, uji persyaratan instrument.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan tentang penyajian data, analisis data, penyajian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang simpulan dan saran.

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran