

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara tidak di ragukan lagi, sekarang ini pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ketahunnya. Peran pariwisata nasional juga semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata melalui penerimaan devisa, pendapatan daerah pengembangan wilayah, maupun dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja serta pengembangan usaha yang terbesar di berbagai pelosok wilayah di Indonesia (<http://www.kemenpar.go.id>). Industri pariwisata indonesia dapat dioptimalkan untuk melawan ancaman resesi global. Deputy Gubernur Bank Indonesia Rosmayana Hadi menyatakan bahwa sektor pariwisata dapat menjadi salah satu faktor pendorong yang menjadi andalan Negara Republik Indonesia dalam menangkal perlambatan ekonomi global. Secara paralel pariwisata harus dijadikan sebagai faktor penunjang bagi perekonomian Indonesia karena memiliki banyak potensi wisata (<http://m.liputa6.com,2019>).

Badan Pusat Statistik mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia di September 2019 mengalami kenaikan 2,15 persen dibandingkan 2018, namun jika dibandingkan dengan bulan Agustus 2019 mengalami penurunan sebesar 10,10 persen. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada bulan September 2019

mencapai 1,40 juta kunjungan dan mengalami kenaikan 2,15 persen dibandingkan jumlah kunjungan pada September 2018. Secara kumulatif Januari hingga September 2019, jumlah kunjungan wisata mancanegara ke Indonesia mencapai 12,27 juta kunjungan atau naik 2,63 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisata mancanegara pada periode yang sama tahun 2018 yang berjumlah 11,96 juta kunjungan. Wisata mancanegara yang datang ke Indonesia melalui pintu masuk udara pada September 2019 mengalami penurunan sebesar 1 persen dibandingkan jumlah kunjungan wisata mancanegara pada bulan yang sama tahun sebelumnya. Penurunan kunjungan wisata mancanegara tersebut terjadi di sepuluh pintu masuk udara dengan persentase penurunan tertinggi tercatat di Sultan Iskandar Muda, Aceh yang mencapai 22,45 persen (<http://m.liputa6.com,2019>).

Taman Wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas merupakan obyek wisata taman Aquarium air tawar yang berada di Kecamatan Padamara Kabupaten Purbalingga, letaknya berdekatan dengan obyek wisata Reptil Purbalingga. Di dalam taman Aquarium ini terdapat berbagai macam/jenis ikan air tawar baik dari dalam negeri maupun luar negeri, pada awalnya ini merupakan ikan-ikan koleksi pribadi, kemudian dipersembahkan untuk umum. Pada tahun 1993 bapak H. Sarimun Budi Purwanto mengawali pembangunan secara bertahap, pembangunan diarahkan untuk pengumpulan berbagai jenis air tawar, mulai dari yang berukuran kecil sampai yang berukuran jumbo. Motivasi awal pengumpulan ikan air tawar ini adalah hobi dan kecintaan *the owner* terhadap wisata pendidikan, namun lebih dari itu,

ternyata beliau memperoleh dukungan yang besar dari keluarga, masyarakat dan juga pemerintah untuk lebih memajukan hobinya lebih dari sekedar hobi yaitu membangun sebuah sara rekreasi pendidikan.

Obyek wisata ini banyak menawarkan tempat rekreasi sekaligus juga edukasi, ada wisata minat khusus, dimana daya tarik yang ditonjolkan adalah *rivel word*, wisata air telaga fulus, konservasi rusa purbasari pancuran emas, *water boom* dan kolam renang, diaroma satwa purbasari pancuran emas, planet aquarium *toyoshuka*, taman bermain, dan istana burung. Taman wisata Pendidikan Purbayasa di buka setiap hari dan jam buka di mulai dari pukul 08.00-17.00 WIB. Selama awal pembukaan hingga sekarang obyek wisata Purbayasa melakukan sistem konsep tiket untuk semua hal ini dimaksudkan agar pengunjung leluasa mengakses seluruh wahana yang tersedia. Sejauh ini dapat diketahui bahwa pengunjung yang datang di objek taman wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas sangat ramai, hal ini diketahui melalui media elektronik maupun info dari orang yang pernah melakukan kunjungan ke obyek wisata Purbayasa dan penduduk asli daerah tersebut (<https://travelspromo.com>,2019).

Perkembangan dan keberhasilan pariwisata yang ada di Indonesia tidak terlepas dari keputusan berkunjung para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Keputusan berkunjung adalah perilaku pembelian seseorang dalam menentukan pilihan tempat wisata untuk mencapai kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Teori keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian, seperti penelitian yang

dilakukan oleh Jalilvand dan Samiei (2012) dengan judul “*The effects of Word of Mouth on Inbound Tourist’s Decision for Traveling to Islamic Destinations*” dalam penelitian Anggono dan Sunarti (2018: 193), yang menganalogikan bahwa keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian dari konsumen. Bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya, Setiadi (2003) dalam Sangadji dan Sopiah (2013: 121).

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berkunjung ke sebuah obyek wisata, seperti daya tarik wisata, motivasi wisatawan dan *word of mouth*. Pengembangan destinasi wisata dapat dilakukan dengan inovasi dan menciptakan hal-hal yang baru sehingga para pengunjung merasa puas setelah melakukan kunjungan ke suatu tempat wisata dan tertarik untuk datang kembali ke destinasi wisata tersebut.

Menurut Ismayanti (2009) dalam penelitian Junaida (2019: 147) 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. Menurut bapak Jujun selaku pimpinan Obyek wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas menjelaskan bahwa daya tarik yang ada pada obyek wisata merupakan suatu hal yang sangat penting, maka dari itu daya tarik yang ada di obyek tersebut tidak meniru atau mempunyai wahana yang sama dengan obyek wisata lain

yang ada di Kabupaten Purbalingga. Di obyek wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas berbeda dengan obyek wisata yang lain, karena di obyek wisata tersebut memiliki wahana yang lebih kreatif juga memfasilitasi konsumen dengan lebih lengkap seperti: mempunyai tempat untuk menyusui bagi seorang ibu dan juga ada jalan khusus untuk seseorang yang menggunakan kursi roda. Dalam penelitian Setiyorini, Lopian dan Yunus yang meneliti variabel Daya Tarik wisata, bahwa variabel Daya Tarik wisata berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu motivasi wisatawan. Menurut Ngalim (2007) dalam penelitian Muksin dan Sunarti (2018: 198) mengemukakan bahwa motivasi adalah segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu yang disebut dengan “motif”, yakni motif perjalanan. Parafrase Gredler, Broussard, dan Garrison (Lai, 2011) dalam Priansa (2017: 159) mendefinisikan secara luas bahwa motivasi sebagai atribut yang menggerakkan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Di dalam penelitian Muksin dan Sunarti yang meneliti variabel motivasi, bahwa variabel Motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Motivasi adalah dorongan yang muncul dalam diri atau dari luar diri (lingkungan) yang menjadi faktor penggerak ke arah tujuan yang ingin dicapai, motivasi juga bisa muncul jika seseorang merasakan adanya kebutuhan terhadap suatu hal atau barang, dan berharap akan memperoleh manfaat tertentu dari barang atau hal tersebut. Dua jenis manfaat yang mungkin dapat diperoleh dengan adanya

pemenuhan kebutuhan manfaat adalah manfaat *utilitarian* dan manfaat *hedonis* (pengalaman) Sangadji dan Sopiah (2013: 155).

Faktor terakhir dalam pengambilan keputusan yaitu *word of mouth*. Setiap orang yang ingin berkunjung ke tempat objek wisata pasti akan mencari tahu terlebih dahulu tentang objek wisata yang akan dikunjungi, hal ini terbukti bahwa seseorang bisa melakukan kunjungan wisata dengan mencari informasi bisa lewat teman, keluarga bahkan kerabat yang sudah berkunjung ke tempat objek wisata yang akan di kunjungi. Suatu informasi yang didapatkan dari orang lain merupakan pengalaman dari seseorang yang telah melakukan perjalanan pariwisata. Sebagaimana definisi dari *Word of mouth*, merupakan bentuk pujian, rekomendasi, dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul-betul memengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. (Hasan, 2010: 152). *Word of mouth* adalah suatu bentuk pemasaran di mana konsumen memegang kendali dan berpartisipasi sebagai pemasar untuk mempengaruhi dan mempercepat pesan pemasaran (Hassan, 2010: 13). Di dalam penelitian Setiyorini dan Sri yang meneliti variabel *Word Of Mouth* terhadap keputusan berkunjung, bahwa variabel *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berkunjung.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pengembangan dari Juanida (2019), dengan judul “Pengaruh Daya Tarik wisata, dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Wisata Berkunjung ke Taman Hutan Kota Langsa. Pada penelitian ini menambah variabel bebas lainnya yaitu motivasi. Alasan peneliti

menambah variabel motivasi karena pada penelitian terdahulu menurut Muksin dan Sunarti (2018) variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Malik, dkk (2016), Rizki, dkk (2018), Lestari, dkk (2019) juga menyimpulkan terdapat pengaruh signifikan motivasi terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata, Motivasi Wisatawan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Obyek Wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas Di Kecamatan Padamara Kabupaten Purbalingga.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata, motivasi wisatawan dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas?
3. Apakah motivasi wisatawan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas?
4. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan agar ruang lingkup peneliti tidak luas dan fokus untuk menghindari kesalahan sehingga tidak menyimpang dari pokok permasalahan serta mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan rumusan masalah peneliti membatasi masalah hanya pada pengaruh daya tarik wisata, motivasi wisatawan dan *word of mouth* karena merupakan faktor yang memiliki kontribusi terhadap keputusan berkunjung. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas di Kecamatan Padamara Kabupaten Purbalingga.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan daya tarik wisata, motivasi wisatawan dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif signifikan daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif signifikan motivasi wisatawan terhadap keputusan berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif signifikan *word of mouth* terhadap Keputusan Berkunjung ke obyek wisata Purbasari Pancuran Mas.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi obyek wisata Pendidikan Purbasari Pancuran Mas

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan acuan bagi pihak manajemen obyek wisata Purbasari Pancuran Mas dalam merumuskan strategi pemasaran agar konsumen dapat melakukan keputusan berkunjung wisatawan.

2. Bagi Akademik

Sebagai sumber literatur dan referensi serta dapat menjadi rujukan bagi yang ingin melakukan penelitian dan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan teoritis dan melengkapi khasanah perpustakaan Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

3. Bagi penulis

- a) Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pembelajaran dalam menganalisis suatu masalah kemudian mengambil keputusan dan kesimpulan.
- b) Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto.