

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sumber devisa bagi negara, menurut Humaidy (2018 para 6) “sektor pariwisata tetap menjadi andalan dalam peningkatan devisa Indonesia. Dengan meningkatnya devisa Indonesia dari sektor pariwisata, maka hal ini akan memberikan dampak positif bagi semua pihak”. Pariwisata menurut Yoeti (1997, p.63) dapat diartikan secara umum sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan tujuan sebelumnya dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang – senang dan memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Indonesia memiliki daya tarik wisata bagi para wisatawan mancanegara.

Berikut jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam 5 (lima) tahun terakhir:

**Tabel I. 1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia per Bulan**

Bulan	<i>Tourist Arrivals 2015</i>	<i>Tourist Arrivals 2016</i>	<i>Tourist Arrivals 2017</i>	<i>Tourist Arrivals 2018</i>	<i>Tourist Arrivals 2019</i>
Januari	753,079	814,303	1,107,968	1,097,839	1,201,735
Februari	843,928	888,309	1,023,388	1,197,503	1,243,996
Maret	841,071	915,019	1,059,777	1,363,426	1,311,911
April	801,193	901,095	1,171,386	1,302,321	1,274,231
Mei	852,388	915,206	1,148,588	1,242,705	1,249,536

Juni	851,475	857,651	1,144,001	1,322,674	1,434,103
Juli	879,815	1,032,741	1,370,591	1,547,231	1,468,173
Agustus	911,704	1,031,986	1,393,243	1,511,021	1,530,268
September	919,408	1,006,653	1,250,231	1,370,943	1,388,719
Oktober	877,621	1,040,651	1,161,565	1,291,605	1,346,434
November	836,133	1,002,333	1,062,030	1,157,483	1,280,781
Desember	986,339	1,113,328	1,147,031	1,405,554	1,377,067
<b>Jumlah</b>	<b>10,354,154</b>	<b>11,519,275</b>	<b>14,039,799</b>	<b>15,810,305</b>	<b>16,106,954</b>

Sumber: Kemenparekraf.go.id

Dari data diatas dapat dinyatakan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahunnya mengalami kenaikan yang cukup stabil. Pariwisata di Indonesia memiliki daya tarik yang cukup baik dimata wisatawann mancanegara dengan variasi destinasi wisata yang banyak, menarik dan mempesona.

Pariwisata terbagi menjadi beberapa macam salah satunya adalah wisata bahari. Wisata Bahari merupakan jenis pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan potensi bentang alam laut dan wilayah kepesisiran baik yang dilakukan secara langsung seperti berperahu, berenang, *snorkeling*, *diving*, dan pancing maupun secara tidak langsung seperti olahraga pantai, piknik menikmati atmosfer laut (Nursiyah, 1998). Indonesia memiliki banyak wisata bahari oleh karena Indonesia adalah negara Kepulauan. Salah satu wisata bahari di Indonesia yang cukup ramai didatangi oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara adalah wisata Kepulauan Seribu.

Berikut jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara ke Kepulauan Seribu Jakarta dalam 5 (lima) tahun terakhir :

**Tabel I. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara ke Kepulauan Seribu Jakarta Tahun 2015-2019**

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Ribu Orang)	Wisatawan Nusantara (Ribu Orang)	Jumlah (Ribu Orang)
2015	10,836	801,421	812,257
2016	24,517	681,355	705,872
2017	28,731	842,762	871,493
2018	28,963	662,420	691,383
2019	12,254	597,526	609,780

Sumber: Jakarta Open Data ([data.jakarta.go.id](http://data.jakarta.go.id))

Terlihat bahwa baik wisatawan nusantara maupun mancanegara cukup tertarik dengan wisata bahari yang ada di Kepulauan Seribu. Dari total kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahunnya mengalami kenaikan yang cukup stabil dan turun pada tahun 2019, berbeda dengan kunjungan wisatawan nusantara terdapat kenaikan dan penurunan yang kurang stabil pada tahun 2015 menuju tahun 2016 terdapat penurunan jumlah wisatawan, pada tahun 2016 menuju 2017 kunjungan wisatawan mengalami kenaikan lagi, dan pada tahun 2017 menuju 2018 dan diikuti oleh tahun 2019 terjadi penurunan kunjungan wisatawan. Penurunan wisatawan yang cukup kontras terlihat dari wisatawan nusantara, faktor yang menyebabkan penurunan pada kunjungan wisatawan bisa jadi disebabkan karena kurangnya strategi pemasaran yang tepat untuk dapat membuat wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Kepulauan Seribu.

Kepulauan seribu adalah salah satu wisata bahari yang sering sekali dikunjungi oleh wisatawan baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Kepulauan Seribu memiliki 110 pulau dengan 11 pulau berpenghuni, serta memiliki sederet pulau –

pulau yang dapat menarik perhatian wisatawan baik itu wisatawan nusantara maupun mancanegara (asing). Setiap pulau memiliki ciri khas dan pesonanya masing - masing. Pulau terdekat memiliki jarak 45 km dari Kota Jakarta. Wilayah Kepulauan Seribu dialokasikan menjadi tiga yaitu sebagai pemukiman, pariwisata dan konversi (BPS Kabupaten Administrasi Kepulauan Seribu, 2020).

Kepulauan Seribu sebagai pariwisata memiliki keindahan dan ciri khas masing – masing pada setiap pulau dan hal itu yang membuat wisatawan nusantara dan mancanegara yang tertarik akan kecantikan pesona Kepulauan Seribu serta didukung dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai seperti *losmen*, *homestay*, *hostel*, hingga *cottage* sekelas hotel tersedia. Namun ada juga pulau – pulau *resort* atau pulau privat tanpa penduduk yang hanya digunakan untuk wisata dan umumnya hanya dikelola oleh pribadi dan sebagian dikelola oleh pemerintah. Juga terdapat wahana permainan yang membuat suasana wisata di Kepulauan Seribu semakin menyenangkan.

Disamping keindahan dari pesonanya, Kepulauan Seribu juga menghadapi beberapa masalah yang diantaranya mengenai ketersediaan air bersih yang masih kurang dan kebersihan lingkungan pulau. Provinsi yang terdiri dari banyak gugusan pulau ini ternyata kesulitan mendapatkan air bersih berkualitas baik. Namun masalah ini sudah teratasi dengan melakukan pembangunan tiga Instalasi Pengolahan Air (IPA) dengan teknologi Sea Water Reverse Osmosis (SWRO) di Kabupaten Kepulauan Seribu yang dilakukan oleh Kepala Bidang Air Baku, Air

Bersih dan Air Limbah Dinas Sumber Daya Air (SDA) DKI Jakarta (Budi, 2019 para 4).

Sedangkan mengenai masalah sampah kiriman dari daratan yaitu dari Jakarta dan Tangerang yang mencemari Pulau belum teratasi dengan baik, “ternyata tidak hanya dari daratan melainkan penduduk lokal pulau juga terkadang terlihat membuang sampah sembarangan seperti yang diutarakan oleh salah satu warga pulau Pramuka Nuril (13 tahun)” (Damarjati, 2019 para 12). Beberapa solusi sudah dilakukan seperti, Petugas Penanganan Prasarana dan Sarana Umum (PPSU) yang dipekerjakan kelurahan dinyatakan selalu bekerja mengambil sampah-sampah rumah tangga penduduk pulau dengan gerobaknya. Sedangkan sampah-sampah di laut diangkut oleh kapal pengangkut Dinas Lingkungan Hidup DKI. Tulisan berupa plakat dan stiker untuk menyemangati kebersihan lingkungan terdapat di mana-mana di pulau ini. Misalnya, "Buanglah sampah pada tempatnya", "Pulauku nol sampah", dan "Jangan buang sampah sembarangan." Namun plakat hanyalah sekedar plakat, plakat itu juga bersanding dengan sampah di sekitarnya (Damarjati, 2019 para 11).

Sampah plastik dan kayu ini mengganggu kejernihan pulau – pulau semakin dekat ke daratan, air laut memang jelas terlihat berubah warna. Bila di Pulau Pramuka ke utara air laut jernih, namun di Pulau Untung Jawa dan kawasan selatan lainnya air laut terlihat gelap. Solusi lain yang telah dilakukan untuk mengatasi masalah kebersihan sekitar pulau adalah dengan melakukan sosialisasi dan operasi tangkap tangan pembuang sampah sembarangan. Serta mengajak masyarakat untuk

peduli terhadap lingkungan sekitar dan berencana di kedepannya Bupati Husein Murad menginginkan agar Kepulauan Seribu memiliki pulau khusus untuk mengolah sampah yang ada di Pulau, karena jika harus ke Bantargebang pikirnya kurang efektif karena memakan waktu, tenaga, dan biaya yang besar (Damarjati, 2019 para 21).

Dengan terdapatnya masalah sampah yang masih belum teratasi dengan baik, seharusnya wisatawan dan warga lokal kepulauan lebih disiplin lagi dalam menjaga kebersihan sampah agar kepuasan wisatawan dapat terjaga, sehingga dapat meningkatkan niat wisatawan untuk mengunjungi kembali wisata bahari ke Kepulauan Seribu. Karena menurut penelitian dari Chang dan Tsai (2016) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat mengunjungi kembali. Semakin wisatawan puas semakin tinggi tingkat niat mengunjungi kembali wisatawan. Terdapat beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan seperti nilai yang dirasakan wisatawan, citra destinasi, serta kualitas layanan.

Berdasarkan penelitian Konuk (2019,p.108) menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Didukung juga oleh penelitian Hanif *et al.*, (2016, p.48) menyatakan bahwa citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Serta kualitas layanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan seperti yang didapatkan dari hasil penelitian Abdullah *et al.*,

(2018, p.222) bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Faktor - Faktor yang dapat Meningkatkan Niat Wisatawan untuk Mengunjungi Kembali Wisata Bahari di Kepulauan Seribu”**.

### **1.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Apakah *destination image* berpengaruh secara signifikan terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?
2. Apakah *destination image* berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?
3. Apakah *perceived value* berpengaruh secara signifikan terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?
4. Apakah *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?
5. Apakah *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?
6. Apakah *satisfaction* wisatawan berpengaruh secara signifikan terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh signifikan *destination image* terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.

2. Untuk menguji pengaruh signifikan *destination image* terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived value* terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.
4. Untuk menguji pengaruh signifikan *service quality* terhadap *satisfaction* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan *service quality* terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.
6. Untuk menguji pengaruh signifikan *satisfaction* terhadap *revisit intention* wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis kepada mahasiswa dan dosen juga pengelola destinasi wisata Kepulauan Seribu, Jakarta. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan gambaran teoritis hubungan pengaruh *destination image*, *perceived value*, *service quality* dengan *satisfaction* sebagai variabel *intervening*, dan *revisit intention* sebagai variabel terikat, juga sebagai bahan rujukan untuk penelitian berikutnya.



## 2. Manfaat Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam penyusunan strategi pemasaran jasa, khususnya bagi pengelola destinasi wisata Kepulauan Seribu Jakarta, dalam upaya menarik para wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk berwisata bahari.

### 1.5 Kebaruan Penelitian

Peneliti tidak hanya melakukan penelitian dari variabel yang sudah ada, tetapi juga mencari beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang membahas tentang kawasan wisata Kepulauan Seribu, Jakarta sebagai berikut:

**Tabel I. 3 Kebaruan Penelitian**

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1.	Rosa & Nuzul (2019)	Analisis Loyalitas Wisatawan Lokal Melalui Kepuasan Wisatawan Studi Kasus Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu Jakarta	Loyalitas Wisatawan dan Kepuasan Wisatawan
2.	Rosa, Wiwik, & Nuzul (2019)	Peran Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Kepulauan Seribu Jakarta	Kepuasan Wisatawan dan Loyalitas Wisatawan
3.	Agustina, Djoko, & Frida (2020)	Analisis Kesesuaian Permintaan Wisata dan Penawaran Objek Wisata di Taman Nasional Kepulauan Seribu (Kasus di Pulau Pramuka), Jakarta	Kesesuaian Permintaan dan Penawaran Objek Wisata
4.	Sukarni (2016)	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Melalui Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Obyek Wisata Kepulauan Seribu)	Strategi Pemasaran, Kepuasan Wisatawan dan Kualitas Pelayanan

5.	Dessy (2020)	Faktor-Faktor Yang Diperhatikan Untuk Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Pada Kepulauan Seribu	Daya Tarik Wisata, Motivasi Perjalanan, <i>e-WOM</i> , Keputusan Berkunjung dan Kepuasan Wisatawan
6	Prayogo dan Kusumawardhani (2016)	<i>Examining Relationships of Destination Image, Service Quality, e-WOM, and Revisit Intention to Sabang Island, Indonesia</i>	<i>Destination Image, Service Quality, e-WOM, dan Revisit Intention</i>
7	Wang dan Chiu (2015)	<i>Recreation Benefit, Recreation Experience, Satisfaction, and Revisit Intention – Evidence from Mo Zai Dun Story Island</i>	<i>Recreation Benefit, Recreation Experience, Satisfaction, dan Revisit Intention</i>
8	Tosun, Dedeoğlu, dan Fyall (2015)	<i>Destination service quality, affective image and revisit intention: The moderating role of past experience</i>	<i>Destination service quality, Destination affective image, dan Revisit intention</i>
9	Kusherdiana, Muslim, Soesanto, dan Suganda (2020)	Kontribusi <i>Tourist Experience</i> Terhadap <i>Revisit Intention</i> Wisatawan Di Kepulauan Seribu Dki Jakarta	<i>Tourist Experience dan Revisit Intention</i>
10	Habibie, Gantina, dan Lintang (2019)	<i>The Importance of Destination Image for Tourists Visiting Kepulauan Seribu</i>	<i>Destination Image</i>

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2020)

Berdasarkan penelitian diatas penelitian ini memiliki kebaruan berupa variabel penelitian yang baru seperti nilai yang dirasakan wisatawan, serta niat mengunjungi kembali wisatawan, sebab belum banyak yang meneliti tentang variabel niat mengunjungi kembali wisatawan pada wisata Kepulauan Seribu. Pada penelitian ini penulis berfokus pada wisatawan yang pernah mengunjungi wisata Kepulauan

Seribu dan wisatawan memiliki niat untuk berkunjung kembali ke Kepulauan Seribu.