

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dizaman era globalisasi saat ini, persaingan di segala sektor industri antar negara di dunia semakin sengit dan terbuka, ini dikarenakan semakin mudahnya akses barang dan manusia untuk masuk kedalam suatu negara. Globalisasi menjadi menguntungkan apabila suatu negara siap menghadapi persaingan dengan negara lain, salah satu nya adalah meningkatkan kualitas di berbagai sektor industri, salah satu nya adalah industri pariwisata.

Pariwisata merupakan industri yang dapat dikatakan menjanjikan, karena selain dapat meningkatkan perekonomian suatu negara, juga dapat meningkatkan *image* dan *value* dari suatu negara, karena suatu negara dapat memperlihatkan keunggulan wisata kota metropolis ataupun wisata alam yang eksotis demi menarik minat dan niat wisatawan untuk berkunjung.

Pariwisata adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan potensi wisata dipermukaan bumi dengan selalu mengkaitkan aspek alam, aspek manusia dan hubungan manusia dengan alam. Geografi pariwisata mengkaji tentang lingkungan fisik yang bernilai pengembangan rekreasi dan perjalanan wisata; mengkaji tentang aspek-aspek manusia yang bernilai untuk rekreasi dan perjalanan wisata, serta masalah sosial dan ekonomi yang ditimbulkan oleh

adanya obyek wisata dan perjalanan wisata¹. Menurut Mill² dalam bukunya yang berjudul “*The Tourism, International Business*”, menyatakan bahwa : “Pariwisata dapat memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah dan dapat menaikkan taraf hidup melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Bila dilakukan dengan benar dan tepat maka pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan yang terjadi dan berdampak bagi penduduk setempat.”

Pariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya³. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun belajar.

Sedangkan wisatawan atau *tourist* adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan, jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*).⁴

Mendukung pernyataan diatas, definisi wisatawan mancanegara sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO)

¹ Riana Istiqomah Blogspot “*Potensi Pulau Komodo Terhadap Nilai Pariwisata di Indonesia*”, (<https://rianaistiqomah.blogspot.co.id/2013/08/potensi-pulau-komodo-terhadap-nilai.html?showComment=1491648362185#c8117885597811288721>), diakses 13 Maret 2017

² Robert Christie Mill, *The Tourism, International Business*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), p.168-169

³ Suwanto, G., *Dasar-dasar Pariwisata*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), p.3

⁴ *Ibid.*, p.4

dalam Badan Pusat Statistik⁵, adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Definisi ini mencakup dua kategori tamu mancanegara, yaitu :

1. Wisatawan (*Tourist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal paling sedikit 24 jam, akan tetapi tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan di tempat yang dikunjungi dengan maksud kunjungan antara lain:

- a. Personal: berlibur, rekreasi, mengunjungi teman atau keluarga, belajar atau pelatihan, kesehatan olah raga, keagamaan, belanja, transit, dan lain-lain.
- b. Bisnis dan profesional: menghadiri pertemuan, konferensi atau kongres, pameran dagang, konser, pertunjukan, dan lain-lain.

2. Pelancong (*Excursionist*)

Adalah setiap pengunjung seperti definisi di atas yang tinggal kurang dari dua puluh empat jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger* yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api, dimana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

Pariwisata kini merupakan suatu komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap orang. Dengan melaksanakan aktivitas kepariwisataan seseorang dapat meningkatkan daya kreativitas, mengurangi kejenuhan kerja, membuka

⁵ Badan Pusat Statistik, "Konsep dan Definisi Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara", 2015, (<https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/16>), Diakses 13 Maret 2017

wawasan mengenai suatu budaya, relaksasi, mengetahui peninggalan yang berhubungan dari suatu bangsa, berbelanja di negara lain, serta melakukan bisnis⁶ .

Kini dengan semakin meningkatnya waktu luang, akibat semakin singkatnya hari kerja yang didukung oleh kenaikan penghasilan, maka aktivitas kepariwisataan pun mengalami peningkatan. Perkembangan pariwisata bukan hanya dalam hal jumlah wisatawan yang bepergian dan lama bepergian. Akan tetapi juga dalam tuntutan-tuntutan akan kualitas yang lebih baik oleh para wisatawan. Hal ini sejalan dengan perubahan-perubahan sosial yang berlangsung serta kemajuan pendidikan, telekomunikasi, dan informasi.⁷

Dengan beberapa pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah proses bepergian seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya dalam kurun waktu lebih dari 24 jam, dorongan untuk berwisata adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun belajar, dengan manfaat dan tujuan berwisata yaitu dapat meningkatkan daya kreativitas, mengurangi kejenuhan kerja, membuka wawasan baru, berbelanja di negara lain ataupun berbisnis. Semakin seseorang memiliki waktu luang dan didukung oleh kenaikan penghasilan, maka aktifitas pariwisata pun akan meningkat. Oleh karena itu,

⁶ Happy Marpaung, *Pengantar Pariwisata*, (Bandung: Alfabeta,2002), p.13

⁷ Anugerah Prabudi Trapsila, “*Pengaruh Sikap Konsumen Pada Atribut Obyek Wisata Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus Pada Obyek Wisata Alam Hutan Wisata Penggaron, Gua Kreo, Taman Lele, Dan Pantai Marina)*”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata, 2015, pp.2

salah satu fokus pemerintah yang wajib ditingkatkan adalah kesejahteraan masyarakat, karena semakin seseorang mempunyai waktu luang dan penghasilan tinggi, maka aktifitas berwisata akan semakin tinggi.

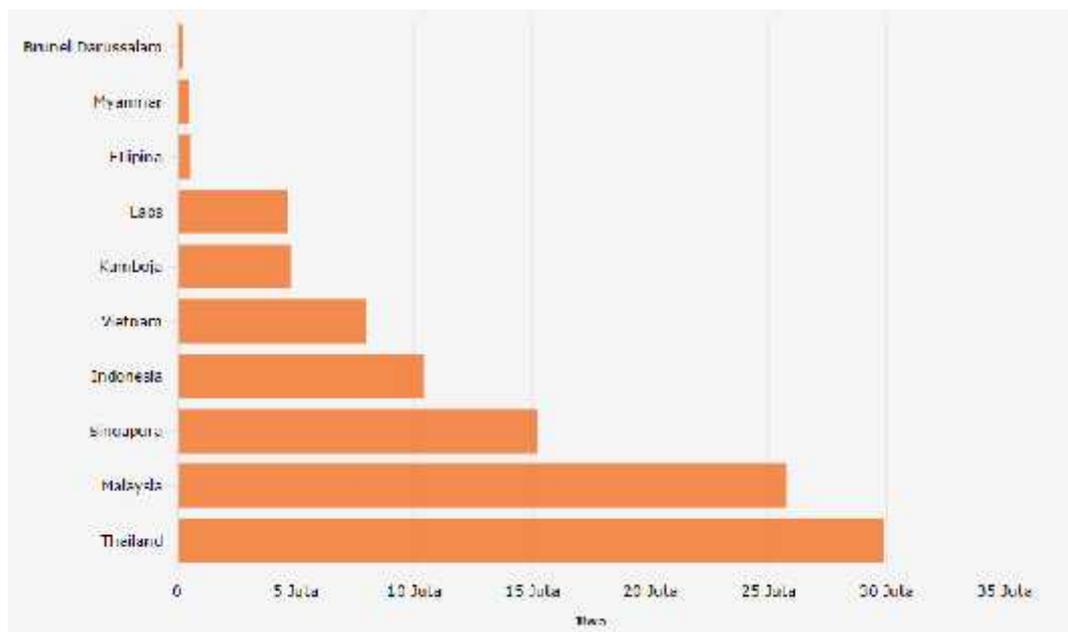
Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki alam yang relatif indah, dikarenakan letak koordinat negara Indonesia berada di garis khatulistiwa yang memiliki iklim tropis dan hanya dua musim, yaitu hujan dan kemarau, sehingga suhu di Indonesia tidak terlalu dingin dan tidak terlalu panas, sehingga disukai oleh wisatawan mancanegara, terutama untuk wisatawan dari benua Eropa dan Amerika. Selain itu, masih banyak kawasan atau daerah yang belum dijadikan kota metropolitan oleh masing-masing pemerintah daerah di Indonesia, dengan alasan dana pembangunan yang kurang, letak geografi kawasan tersebut yang kurang memungkinkan untuk dijadikan kota metropolitan, ataupun karena ingin menjaga kondisi alam dan kearifan lokal setempat tetap alami.

Meskipun Indonesia dikenal memiliki obyek wisata yang indah, namun ternyata Indonesia masih kalah bersaing dalam industri pariwisata dengan negara-negara di ASEAN. Thailand merupakan negara dengan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) tertinggi di antara anggota ASEAN. Sepanjang 2015, hampir 30 juta orang mengunjungi Negeri Gajah Putih ini. Selanjutnya Malaysia dan Singapura, masing-masing dengan 25 juta dan 15 juta wisman dalam setahun. Sementara Indonesia berada di posisi ke-4 dengan 10

juta wisman pada 2015.⁸

Gambar 1.1

Diagram Batang Jumlah Wisatawan Mancanegara di Negara ASEAN



Sumber: Databoks Katadata, 2016

Dari diagram diatas dapat terlihat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia berada dalam peringkat ke-4 dari 10 negara-negara anggota ASEAN. Kondisi diatas menunjukkan bahwa Indonesia masih kalah bersaing dalam hal pariwisata dengan Thailand, Malaysia, dan Singapura. Kondisi inilah yang semestinya menjadi perhatian pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kualitas obyek wisata dan pendukungnya, baik itu infrastruktur untuk akses ke suatu obyek wisata, promosi secara gencar dan teratur,

⁸ Databoks Katadata, "Indonesia, posisi ke-4 destinasi pariwisata di Asia Tenggara", 2015, (<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/11/23/indonesia-posisi-4-destinasi-pariwisata-asean>), diakses 15 Maret 2017

pengelolaan limbah di kawasan obyek wisata, dan dapat memenuhi serta memahami perilaku dan keinginan pelanggan, dalam hal ini adalah wisatawan.

Dilihat dari klasifikasi jumlah wisatawan mancanegara mengunjungi Indonesia dilihat berdasarkan negara tempat tinggal (regional) menurut Badan Pusat Statistik⁹, kawasan ASEAN menempati urutan pertama dengan jumlah 3.751.074 wisatawan pada tahun 2014, diikuti oleh kawasan Asia Pasifik dengan jumlah 3.741.016 wisatawan, lalu kawasan Eropa total dengan jumlah 1.332.593 wisatawan, kawasan Amerika total dengan jumlah 358.707, kawasan Timur Tengah dengan jumlah 195.518 wisatawan dan kawasan Afrika dengan jumlah 56.503 wisatawan.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan ke Indonesia Dilihat Menurut Domisili

Negara Asal	2010	2011	2012	2013	2014
Amerika Serikat	180 361	204 275	212 851	234 134	251 380
Kanada	43 159	54 287	56 501	56 798	61 386
Amerika Lainnya	35 064	38 499	42 857	42 218	45 941
Amerika Total	258 584	297 061	312 209	333 150	358 707
Austria	16 472	15 041	17 226	20 497	20 484
Belgia	22 328	22 551	24 129	28 329	28 084
Denmark	16 755	17 817	22 814	20 096	20 005
Perancis	163 110	148 381	170 046	190 853	210 097
Jerman	145 244	145 160	148 146	168 110	184 815
Italia	38 908	46 145	48 382	63 043	68 024
Belanda	151 836	159 063	146 591	158 181	169 308
Spanyol&Portugal	42 808	36 666	46 180	65 224	68 373
Swedia	24 579	27 525	22 303	27 620	30 502
Norwegia	17 482	16 578	17 562	18 903	18 295
Finlandia	13 740	14 117	14 828	15 949	17 395

⁹ Badan Pusat Statistik, 2015, *Op.Cit.*

Swiss	34 928	35 475	35 346	42 727	47 060
Inggris Raya	192 259	192 685	212 087	228 679	249 218
Rusia	79 398	87 426	95 731	96 543	96 329
Eropa Lainnya	78 573	81 235	87 150	98 251	104 604
Eropa Total	1 038 420	1 045 865	1 108 521	1 243 005	1 332 593
Afrika	27 200	31 640	41 583	51 298	56 503
Timur Tengah	144 661	175 885	148 788	188 676	195 518
Brunei	39 063	48 193	27 734	23 309	23 667
Malaysia	1 277 476	1 302 237	1 335 531	1 430 989	1 485 643
Filipina	189 486	223 779	229 806	246 497	253 237
Singapura	1 373 126	1 505 588	1 565 478	1 634 149	1 739 825
Thailand	123 825	141 771	149 760	141 349	136 833
Vietnam	28 196	36 917	40 084	39 770	44 621
Asean Lainnya	21 113	26 179	26 898	65 357	67 248
Asean Total	3 052 285	3 284 664	3 375 291	3 581 420	3 751 074
Australia	771 792	931 109	961 595	997 984	1 128 533
Hongkong	78 339	86 646	90 560	112 785	112 345
India	137 027	154 237	168 187	201 009	223 607
Jepang	418 971	412 623	450 687	491 574	525 419
Republik Korea	274 999	306 061	311 618	343 627	370 142
Selandia Baru	32 113	36 683	55 857	66 484	76 454
Pakistan	6 314	6 085	6 028	6 213	6 388
Bangladesh	8 724	8 991	12 050	10 567	11 012
Srilanka	6 024	6 207	10 470	11 409	11 961
Taiwan	213 442	221 877	216 535	245 288	244 003
Republik Cina	469 365	574 179	686 779	807 429	926 750
Asia Pasifik Lainnya	64 684	69 918	87 704	110 211	104 402
Asia Pasifik Total	2 481 794	2 814 616	3 058 070	3 404 580	3 741 016
Total Keseluruhan	7 002 944	7 649 731	8 044 462	8 802 129	9 435 411

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2015

Dari data diatas menunjukkan bahwa kondisi pasar pariwisata Indonesia memiliki pengunjung paling banyak yaitu dari kawasan ASEAN, akan tetapi apabila obyek-obyek wisata di Indonesia ingin lebih dikenal luas oleh khalayak

dunia, pemerintah harus lebih gencar mempromosikan obyek wisata Indonesia ke mata dunia, terutama untuk pasar Eropa dan Amerika, dikarenakan di dua benua tersebut banyak negara-negara maju yang notabene memiliki pendapatan per kapita yang cukup tinggi, sehingga memiliki potensi untuk melakukan kunjungan berwisata dengan intens yang lebih banyak, sesuai dengan pernyataan dengan semakin meningkatnya waktu luang, akibat semakin singkatnya hari kerja yang didukung oleh kenaikan penghasilan, maka aktivitas kepariwisataan pun mengalami peningkatan. Tak hanya itu, dikarenakan Indonesia termasuk negara beriklim tropis, sudah seharusnya kita sadari bersama untuk memaksimalkan pariwisata untuk pasar benua Eropa dan Amerika, dikarenakan masyarakat di kedua benua tersebut ingin berlibur karena mencari suasana dan iklim baru, terutama iklim tropis seperti Indonesia. Selain memiliki keindahan alam, Indonesia juga memiliki keanekaragaman seni, budaya dan bahasa yang bisa menjadi daya tarik wisatawan mancanegara bahkan domestik sekalipun untuk berkunjung ke sejumlah obyek wisata di Indonesia.

Untuk menjadikan industri pariwisata sebagai sektor yang memegang peranan penting dalam pemasukan devisa negara, pemerintah menargetkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia berjumlah 20 juta wisatawan pada tahun 2019¹⁰. Sedangkan menurut tabel 1.1, jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2014 berjumlah 9.435.411 jiwa, ini menunjukkan

¹⁰ Pratomo Nurhadi, M & Sitorus Ropesta, "*Pariwisata melawan tren turun*", 2017, (<http://kalimantan.bisnis.com/read/20170111/430/618351/pariwisata-melawan-tren-turun>), diakses 12 april 2017

bahwa pemerintah harus mengejar penambahan target wisatawan mancanegara sekitar 10.500.000 wisatawan dalam kurun waktu 5 tahun dari tahun 2014 ke tahun 2019. Untuk memenuhi target menjadi sektor industri dengan penyumbang devisa negara paling banyak di 2017, pemerintah dalam hal ini adalah kementerian pariwisata, sudah melakukan langkah-langkah strategis, strategi yang dilakukan diantaranya adalah dengan melakukan strategi *branding*.

Branding 'Wonderful Indonesia' atau Pesona Indonesia meraih peringkat 47 di Asia dengan perolehan poin 74,8. *Wonderful Indonesia* mengalahkan *branding 'Malaysia Truly Asia'* yang menduduki peringkat 96 berdasarkan *World Economic Forum*. Selain itu, seluruh bus pariwisata di Indonesia juga di-*branding Wonderful Indonesia*. Pemerintah juga menargetkan tahun 2017 akan ada kunjungan bebas visa dan rute penerbangan baru ke Indonesia¹¹.

Menteri Pariwisata Arief Yahya menuturkan, bahwa sektor pariwisata menjadi penghasil GDP terbesar dan termurah. Dari sisi investasi, pariwisata juga menjadi investasi termudah dan termurah untuk menambah lapangan kerja. Sejalan dengan target pemerintah, sektor pariwisata terus menunjukkan tren pertumbuhan kontribusi terhadap devisa dalam rentang lima tahun terakhir. Data Kementerian Pariwisata mencatat, hingga 2015, pariwisata duduk di posisi ke-4 ranking kontribusi devisa negara.

¹¹ Agne Yasa, "Kemenpar Targetkan Sektor Pariwisata Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Pada 2017", 2016, (<http://bandung.bisnis.com/read/20160901/5/560253/kemenpar-targetkan-sektor-pariwisata-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-pada-2017>), diakses 13 Maret 2017

Tabel 1.2
Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang
Terbesar, Tahun 2011 – 2015

Rank	2011		2012		2013		2014		2015	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)
1	Minyak & gas bumi	41,477.10	Minyak & gas bumi	36,977.00	Minyak & gas bumi	32,633.20	Minyak & gas bumi	30,318.80	Minyak & gas bumi	18,552.10
2	Batu bara	27,221.80	Batu bara	26,166.30	Batu bara	24,501.40	Batu bara	20,819.30	Batu bara	15,943.00
3	Minyak kelapa sawit	17,261.30	Minyak kelapa sawit	18,845.00	Minyak kelapa sawit	15,839.10	Minyak kelapa sawit	17,464.90	Minyak kelapa sawit	15,385.20
4	Karet olahan	14,258.20	Karet olahan	10,394.50	Pariwisata	10,054.15	Pariwisata	11,166.13	Pariwisata	12,225.89
5	Pariwisata	8,554.39	Pariwisata	9,120.85	Karet olahan	9,316.60	Pakaian jadi	7,450.90	Pakaian jadi	7,371.90
6	Pakaian jadi	7,801.50	Pakaian jadi	7,304.70	Pakaian jadi	7,501.00	Karet olahan	7,021.70	Makanan olahan	6,456.30
7	Alat listrik	7,364.30	Alat listrik	6,481.90	Alat listrik	6,418.60	Makanan olahan	6,486.80	Karet olahan	5,842.00
8	Tekstil	5,563.30	Tekstil	5,278.10	Makanan olahan	5,434.80	Alat listrik	6,259.10	Alat listrik	5,644.80
9	Makanan olahan	4,802.10	Makanan olahan	5,135.60	Tekstil	5,293.60	Tekstil	5,379.70	Tekstil	4,996.00
10	Bahan kimia	4,630.00	Kertas dan barang dr kertas	3,972.00	Kertas dan barang dr kertas	3,802.20	Kayu olahan	3,914.10	Kayu olahan	3,815.80
11	Kertas dan barang dr kertas	4,214.40	Bahan kimia	3,636.70	Kayu olahan	3,514.50	Bahan kimia	3,853.70	Kertas dan barang dr kertas	3,605.50

Sumber: Kementerian Pariwisata, 2016

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa sektor pariwisata terus mengalami pertumbuhan penyumbang devisa untuk negara dalam waktu 4 tahun. Ini menunjukkan bahwa usaha dari pemerintah Indonesia dalam menggeliatkan sektor pariwisata untuk pasar mancanegara dan domestik cukup sukses serta animo wisatawan untuk mengunjungi Indonesia semakin tinggi. Akan tetapi, untuk mencapai target pemerintah yaitu sektor pariwisata menjadi nomor satu sebagai penyumbang devisa negara, dibutuhkan strategi lebih jitu agar wisatawan mancanegara maupun lokal memiliki niat berkunjung (*visit intention*) ke lokasi obyek-obyek wisata di Indonesia. Devisa negara juga digunakan untuk memakmurkan suatu negara itu sendiri, baik itu pembangunan infrastruktur, penyediaan lapangan kerja, meningkatkan taraf hidup masyarakat agar daya belinya semakin tinggi.

Pulau Komodo merupakan suatu pulau yang terletak di Kepulauan Nusa Tenggara. Pulau ini berada di tengah – tengah antara pulau Sumbawa dan pulau Flores. Tepatnya disebelah timur pulau Sumbawa. Terpisah oleh selat Sape. Pulau Komodo merupakan pulau kecil yang menempati bagian utama Taman Nasional Komodo. Pulau Komodo masuk dalam provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), kecamatan Komodo, kabupaten Manggarai barat. Pulau ini merupakan batas paling barat dari provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) sekaligus berbatasan dengan provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB)¹².

Taman Nasional Komodo bukan hanya di pulau Komodo, namun juga

¹² Hayukasari, Diasty Nilla, “Objek Wisata Taman Nasional Komodo Pulau Indah Tujuh Keajaiban Dunia”, 2015, (<https://www.twisata.com/objek-wisata-taman-nasional-komodo-pulau-indah-tujuh-keajaiban-dunia/>), diakses 1 April 2017

mencakup pulau lain seperti Rinca, dan Padar yang termasuk dalam pulau utama habitat asli komodo. Selain itu juga masih banyak pulau – pulau kecil lain yang masuk dalam Taman Nasional Komodo. Total luas Taman Nasional Komodo 2.321 km² meliputi wilayah daratan sekaligus lautan dan udara. Beribu – ribu hewan komodo hidup dan berkembang biak disini.

Keberadaan Pulau Komodo yang menjadi tujuan wisata merupakan sebuah pulau yang terletak di Kepulauan Nusa Tenggara, berada di sebelah timur Pulau Sumbawa, yang dipisahkan oleh Selat Sape, Total luas pulau ini adalah 1.817 kilometer persegi (603 kilometer persegi terdiri dari daratan) dikenal sebagai habitat asli hewan komodo. Pulau ini juga merupakan kawasan Taman Nasional Komodo yang dikelola oleh Pemerintah Pusat. Dipulau komodo ini hewan komodo hidup dan berkembang biak dengan baik. Hingga Agustus 2009, di pulau ini terdapat sekitar 1300 ekor komodo. Ditambah dengan pulau lain, seperti Pulau Rinca dan dan Gili Motang, jumlah mereka keseluruhan mencapai sekitar 2500 ekor.

Taman Nasional Komodo (TNK) adalah satu-satunya tumpuan harapan Indonesia untuk menjadikan Indonesia dikenal dimata dunia, melalui ajang kompetensi wisata ke babak final dan masuk 7 besar dalam N7WS Of Nature (Keajaiban Dunia Baru Kategori Alam) setelah Candi Borobudur tergeser memasuki 7 Keajaiban Dunia Baru untuk kategori keajaiban dunia hasil budaya manusia (*Man Made*) pada tahun 2007. Jusuf Kalla yang ditunjuk sebagai Duta Komodo telah giat mengkampanyekan dukungan Komodo sebagai salah satu dari tujuh keajaiban dunia di berbagai kesempatan.

Pulau Komodo juga dikenal sebagai habitat asli satwa langka, dan merupakan satu-satunya keturunan hewan purba semasa Dinosaurus 40 juta tahun lalu yang masih bertahan hidup hingga kini di wilayah Flores. Menurunnya populasi Komodo di wilayah konservasi Taman Nasional Komodo yang berdiri dari tahun 1980 dan telah menjadi Situs Warisan Dunia (*World Heritage*) dan Cagar Biosfer oleh UNESCO sejak tahun 1986. Berkurangnya hewan langka ini disebabkan karena semakin rusaknya habitat sehingga berkurangnya sumber makanan untuk penyambung hidup hewan Komodo tersebut¹³.

Daerah Labuan Bajo di NTT memiliki Pulau Komodo hingga situs diving yang luar biasa indah. Namun ada banyak tantangan untuk mengembangkan pariwisata di sana. Hal itu pun dipaparkan oleh tenaga ahli Kemenko Maritim dalam *Forum Group Discussion* terkait kesiapan infrastruktur wisata Labuan Bajo di Auditorium I Gedung BPTT, Jakarta. Ternyata ada banyak tantangan yang harus dibenahi untuk mengembangkan pariwisata di Labuan Bajo. Menurut Tenaga Ahli Bidang Regional *Planning* Kemenkomaritim dan Sumber Daya, Bambang Susanto Priyohadi, mengatakan, “sebagian besar dari daerah ini adalah apa yang harus di *conserve* dengan baik. Pulau Komodo saat ini kami tahan agar tidak ada pembangunan apapun”¹⁴.

¹³Edi Sudrajat, “Permasalahan Pariwisata Di Komodo Dan Kampung Rinca”, 2015 (<http://kulturetravel.blogspot.co.id/2015/10/permasalahan-pariwisata-di-pulau-komodo.html>), diakses 20 Maret 2017

¹⁴ Johannes Randy Prakoso, “Labuan Bajo Itu Keren, Tapi pariwisatanya Banyak Tantangan”, (<https://travel.detik.com/travel-news/d-3240356/labuan-bajo-itu-keren-tapi-pariwisatanya-banyak-tantangan>), diakses 17 Maret 2017

Sejatinya pembangunan pariwisata harus ramah lingkungan atau yang disebut juga dengan ekowisata. Pulau Komodo serta Pulau Rinca dan beberapa pulau lainnya yang menjadi habitat dari Komodo harus ditahan dari pembangunan. Bukannya buruk, tapi pembangunan dapat mengancam kelangsungan hidup komodo¹⁵.

Namun pemerintah membolehkan penduduk asli untuk memperbaiki rumah tradisional di Desa Komodo sebagai bagian dari kearifan lokal. Di satu sisi, pemerintah juga berniat membatasi jumlah wisatawan yang datang ke Pulau Komodo. Alasannya, jumlah turis yang berlebihan dapat berimbas buruk pada lingkungan. Mengingat ada banyak lokasi diving di Labuan Bajo dan Pulau Komodo.¹⁶

Dari pernyataan tenaga ahli dari Kemenko Maritim diatas, memang seperti sebuah dilema, ketika pemerintah ingin menggenjot pariwisata di Pulau Komodo agar infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi dan pariwisata terjadi di Pulau Komodo, tetapi tetap harus menjaga kearifan lokal dan kondisi alam setempat. Memang untuk memajukan sektor pariwisata di suatu daerah tentunya harus tetap memperhatikan dan menjaga kondisi alam dan masyarakat setempat tetap aman. Oleh karena itu, semua pemegang kepentingan harus memikirkan cara agar Pulau Komodo dapat menampung banyak wisatawan namun dapat menekan semaksimal mungkin efek negatif nya, seperti efek negatif pada lingkungan dan masyarakat setempat. Contoh konkritnya adalah Bali, karena

¹⁵ Johanes Randy Prakoso, *Ibid*.

¹⁶ Johanes Randy Prakoso, *Op.Cit*.

Bali tetap mampu menampung banyak wisatawan namun tetap mempertahankan kearifan masyarakat lokal, walaupun tentu masalah lingkungan sedikit dikorbankan, karena kalau persoalan lingkungan tentu nya menjadi kesadaran dan tanggung jawab bersama, baik itu pengelola wisata maupun wisatawan itu sendiri.

Lebih lanjut, permasalahan lingkungan juga terjadi di Pulau Komodo dan sekitarnya. Hasil studi WWF-Indonesia dan Balai Taman Nasional Komodo menunjukkan 90 persen sampah tak tertalangi adalah sampah plastic yang justru berpeluang menambah pendapatan, bisa di daur kreatif ,dan tergeletak di sejumlah ruas jalan. Tiap rumah tangga Labuan Bajo memproduksi sampah minimal satu kantong plastik berukuran 40 x 50cm atau setara dengan 4710 cm³ (2 x 3.14) x (15 x 50)¹⁷.

Jika total rumah tangga 1294 di Labuan Bajo di kalikan dengan 4710 cm³maka warga Labuan Bajo menghasilkan 6,094.740 cm³ sampah per hari. Wilayah penyangga dan wilayah dalam kawasan taman Nasional Komodo juga memproduksi sampah sebanyak: 1,577,850 cm³ (Pulau Papagarang), 1,931,100 cm³ (Pulau Komodo), 1,818,060 cm³ (Pulau Pasir panjang), dan 942,000 cm³(Kampung Air).¹⁸

Marsel Sani, staf Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Manggarai Barat mengatakan bahwa kemampuan staf kebersihan sendiri adalah 9meter³ per sekali angkut. Ini diiringi dengan minim fasilitas pendukung 3 truk sampah tak

¹⁷Aminuddin, Indarwati, “Pulau Komodo: sampah tidak kuldesak”, 2014, from WWF (<http://www.wwf.or.id/?33523/komodo-island-trash-does-not-turn-into-cul-de-sac>), diakses 20 April 2017

¹⁸ *Ibid.*

beroperasi tiap hari, dan tempat pembuangan akhir sampah berukuran 500 M² berusia 20 tahun yang tak mampu menampung sampah lagi.¹⁹

Selain faktor lingkungan di Pulau Komodo, ternyata masalah yang lain juga ditemukan, pariwisata boleh terbukti mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi gagal meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara umum. Kue pariwisata tidak terbagi merata, sebaliknya menggambarkan ketidakadilan sosial. Yang kaya bertambah kaya dan kemiskinan malah semakin menggurita.

Jika dihitung-hitung, dengan jumlah pengunjung mencapai 90 ribu wisatawan per tahun dan pengeluaran rata-rata 1 juta per hari, maka jumlah uang yang beredar bisa mencapai Rp 90 triliun. Ini bisa hitungan minimal mengingat lamanya waktu tinggal belum dimasukkan. Tahun 2012, peredaran uang sudah mencapai lebih dari Rp 838 miliar.

Namun dari jumlah itu, sebagian besar diterima oleh operator wisata dan pengusaha kapal wisata (75,55 persen). Sebanyak 2,09 persen diterima oleh pengelola TN. Komodo dan pemerintah daerah. Sebanyak 22,36 persen terdistribusi pada pengusaha hotel, restoran dan toko retail/ souvenir. Sementara manfaat pariwisata bagi masyarakat setempat sangat kecil karena penyerapan tenaga kerja yang terbatas sebagai akibat rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan yang dimiliki masyarakat²⁰.

Ini menjadi ironi tersendiri bagi bangsa Indonesia, karena sebenarnya

¹⁹ *Op.Cit.*

²⁰ Afioma, Gregorius, “Ironi Pembangunan Pariwisata di Taman Nasional Komodo”, 2016, from IndoProgress(<https://indoprogress.com/2016/07/ironi-pembangunan-pariwisata-di-taman-nasional-komodo/>), diakses 10 April 2017

pemerintah ingin menumbuhkan pariwisata di Pulau Komodo, tetapi warga lokal kurang diperhatikan, dengan hanya terus memperhatikan pembagi rataan modal dan keuntungan dengan investor besar.

Lalu dari segi infrastruktur pendukung bagi wisatawan untuk berkunjung ke Pulau Komodo, nampaknya pemerintah masih belum cukup serius untuk menanganinya. Terlihat dari Bandar Udara Komodo belum menjadi 19 pintu masuk utama di Indonesia. Lebih rinci, berikut adalah jumlah wisatawan ke Indonesia dilihat menurut pintu masuk:

Tabel 1.3
Jumlah Wisatawan ke Indonesia Dilihat Menurut Pintu Masuk

Pintu Masuk	Provinsi	2010 (jiwa)	2011 (jiwa)	2012 (jiwa)	2013 (jiwa)	2014 (jiwa)
Ngurah Rai	Bali	2.546.023	2.788.706	2.902.125	3.241.889	3.731.735
Soekarno Hatta	DKI Jakarta	1.823.636	1.933.022	2.053.850	2.240.502	2.246.437
Batam	Kep. Riau	1.007.446	1.161.581	1.219.608	1.336.430	1.454.110
Tanjung Uban	Kep. Riau	313.945	337.353	336.547	318.154	320.861
Polonia / Kualanamu	Sumatera Utara	162.410	192.650	205.845	225.550	234.724
Juanda	Jawa Timur	168.888	185.815	197.776	225.041	217.193
Husein Sastranegara	Jawa Barat	90.278	115.285	146.736	176.318	180.392
Tanjung Balai Karimun	Kep. Riau	100.908	104.397	107.499	104.889	100.782
Tanjung Pinang	Kep. Riau	97.954	106.180	103.785	99.593	97.672
Tanjung Priok	DKI Jakarta	63.859	65.171	66.168	65.227	64.941
Adi Sucipto	DIY	46.987	48.160	58.926	86.020	89.156
Minangkabau	Sumatera Barat	27.482	30.585	32.768	44.135	50.196

Entikong	Kalimantan Tengah	23.436	25.254	25.897	24.856	22.464
Adi Sumarmo	Jawa Tengah	22.350	23.830	21.612	17.738	12.911
Sultan Syarif Kasim II	Riau	15.278	21.982	21.387	25.946	27.382
Sepinggan	Kalimantan Timur	10.824	15.607	16.828	16.904	13.156
Sam Ratulangi	Sulawesi Utara	20.220	20.074	19.111	19.917	17.279
Bandara Internasional Lombok	Nusa Tenggara Barat	17.288	17.938	17.032	40.380	69.881
Makassar	Sulawesi Selatan	16.211	14.295	13.881	17.730	15.713
19 Pintu Masuk Utama		6.575.423	7.207.885	7.567.381	8.327.219	8.966.985
Pintu Masuk Lainnya		427.521	441.846	477.081	474.910	468.426
Total		7.002.944	7.649.731	8.044.462	8.802.129	9.435.411

Sumber: Kementerian Pariwisata, 2015

Dari data yang telah tersaji diatas, dapat dilihat bahwa pintu masuk untuk menuju ke Pulau Komodo yaitu Bandar Udara Komodo yang berada di Labuan Bajo, tidak termasuk dalam 19 pintu masuk utama di Indonesia. Ini memperlihatkan bahwa pemerintah belum menyediakan infrastruktur yang menjadi ujung tombak dalam mempermudah wisatawan yang ingin mengunjungi Pulau Komodo. Disamping itu, Bandar Udara Komodo memang belum menjadi bandara sekelas internasional, jadi belum ada penerbangan keberangkatan maupun kedatangan dari ataupun keluar negeri, sehingga apabila dari luar negeri atau ingin keluar negeri melalui Bandar Udara Komodo, maka diharuskan transit terlebih dahulu di bandara internasional lainnya seperti Bandara Ngurah Rai ataupun Bandara Soekarno Hatta.

Presiden Joko Widodo pada masa pemerintahannya melakukan proyeksi

10 destinasi pariwisata prioritas, alasan menjadi prioritas karena 10 destinasi pariwisata ini dianggap kurang menjadi primadona ataupun kepopuleritasannya berkurang di mata wisatawan, berikut adalah peringkat jumlah pengunjung dalam 10 destinasi pariwisata:

Tabel 1.4

Peringkat Jumlah Wisman Dalam 10 Destinasi Prioritas

No	Destinasi	Performansi			Proyeksi 2019			
		Jumlah Wisman		Pertumbuhan Kunjungan	Devisa Wisman	Investasi (Juta USD)	Wisman (orang)	Devisa (Juta USD)
		2012	2013					
1	Borobudur	193,982	227,337	17.19	27,337,000	1,52	2,000,000	2
2	Mandalika	121,482	125,307	3.15	125,307,000	3,6	1,000,000	1
3	Labuan Bajo	41,972	54,147	29.01	54,147,000	1,2	500000	0.5
4	Bromo-Tengger-Semeru	34,466	33,387	-3,13	33,387,000	1,2	1000000	1
5	Kepulauan Seribu	4,627	16,384	254.10	16,384,000	1,02	500000	0.5
6	Toba	15,464	10,68	-30,94	10,680,000	1	1000000	1
7	Wakatobi	2,179	3,315	52.13	3,315,000	1,4	500000	0.5
8	Tanjung Lesung	8,336	1,739	-79,14	1,739,000	5,6	1000000	1
9	Morotai	618	500	-19,09	500000	3,6	500000	0.5
10	Tanjung Kelayang	975	451	-53,74	451000	1,66	500000	0.5

Sumber: Kementerian Pariwisata, 2016

Berdasarkan data diatas, bahkan Labuan Bajo pun dalam 10 destinasi prioritas masih menempati peringkat 4 dalam jumlah wisatawan mancanegara. Kondisi inilah yang seharusnya disadari oleh semua pemangku kepentingan (*stakeholder*) bahwa masalah-masalah yang ada pada Pulau Komodo harus segera dibenahi, agar surplus hasil dari pariwisata di Pulau Komodo dapat dirasakan semua pihak, terutama pemerintah, investor dan tentu nya warga setempat.

Dari paparan diatas, peneliti mengambil gambaran terkait kondisi pariwisata di Indonesia secara umum dalam beberapa tahun terakhir, lebih rinci lagi adalah kondisi pariwisata di Pulau Komodo. Faktor-faktor yang membuat Pulau Komodo masih kurang diminati oleh wisatawan terjadi karena faktor eksternal dan internal, seperti yang sudah dipaparkan diatas.

Peneliti merasa bahwa ada keterkaitan antara *sensation seeking*, sikap, norma subyektif, dan motivasi dari seorang individu yang sebagai calon wisatawan terhadap niat berkunjung ke Pulau Komodo. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Sensation Seeking*, Sikap dan Norma Subyektif terhadap Niat Berkunjung ke Pulau Komodo, dengan Motivasi sebagai Intervening”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disusun di atas, maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang ada pada pulau komodo antara lain :

1. Niat berkunjung merupakan keputusan akhir seseorang ketika seorang wisatawan memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata atau tidak. Niat berkunjung dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor destinasi wisata dan faktor diri sendiri. Destinasi wisata dalam hal ini adalah Pulau Komodo memiliki permasalahan tersendiri, dimana Pulau Komodo memiliki masalah seperti lingkungan dan infrastruktur yang kurang mendukung untuk melakukan perjalanan kesana. Selain itu, Pulau Komodo dianggap relatif kurang populer dibanding destinasi wisata lainnya di Indonesia seperti Bali. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti niat berkunjung (*visit intention*) sebagai variabel dependen (Z).
2. *Sensation seeking* merupakan faktor yang memegang peranan penting ketika seseorang memutuskan untuk melakukan sebuah wisata atau tidak, dikarenakan kondisi psikologis seseorang dalam *sensation seeking* berbeda-beda, maka *sensation seeking* menjadi cukup sensitif. Pulau Komodo secara relatif menyediakan tempat berwisata dengan sensasi baru, namun dibalik itu semua tersimpan beberapa masalah seperti masalah lingkungan dan infrastruktur. Para pencari sensasi (*sensation seeking*) tentu akan mempertimbang kondisi-kondisi tempat wisata yang akan dituju. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti *sensation seeking* sebagai variabel independen (X₁).
3. Pulau Komodo adalah tempat wisata yang relatif akan menawarkan pengalaman baru bagi pengunjungnya. Akan tetapi, sama seperti hal destinasi wisata seperti Bali dan Anyer, Pulau Komodo didominasi oleh

wisata pantai, hanya saja dengan pengalaman baru yaitu melihat hewan langka yaitu Komodo. Sikap akan menentukan apakah akan memutuskan untuk melakukan perjalanan ke Pulau Komodo atau tidak apabila melihat dari kondisi geografis di Pulau Komodo, yaitu pantai. Apabila seseorang sudah pernah berwisata ke pantai dan menurut ia itu pengalaman yang menyenangkan, maka ada kemungkinan seseorang tersebut akan berkunjung ke Pulau Komodo, begitupun sebaliknya. Pengalaman terdahulu (*past experience*) dapat membentuk sikap seseorang untuk mempertimbangkan niat berkunjung ke suatu daerah wisata²¹. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Sikap sebagai variabel independen (X_2).

4. Pulau Komodo menawarkan sensasi berwisata dan pengalaman yang baru, dikarenakan kondisi letak geografisnya yang jauh dari kemajuan peradaban di Indonesia, serta masih kurangnya infrastruktur yang mendukung menjadikan Pulau Komodo masih menjadi pertimbangan wisatawan untuk tempat berkunjung, dikarenakan dalam kehidupan berperilaku kita memiliki norma. Norma Subyektif tiap individu mendukung apakah seseorang akan memutuskan untuk melakukan perjalanan ke Pulau Komodo atau tidak, dikarenakan Pulau Komodo masih dianggap banyak orang adalah tempat yang asing dan terpencil, sehingga seseorang pasti meminta rekomendasi ke orang yang ia anggap penting apabila ingin

²¹ Suhud, Usep, "A study to examine the role of environmental motivation and sensation seeking personality to predict behavioral intention in volunteer tourism", International Journal of Research Studies in Education. Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia, 2014, pp.4

mengunjungi Pulau Komodo. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Norma Subyektif sebagai variabel independen (X_3).

5. Motivasi menentukan niat berperilaku, sama seperti halnya mempengaruhi niat untuk berkunjung ke suatu tempat destinasi. Motivasi akan menggiring seseorang untuk memutuskan apakah ia akan bertindak atau tidak, dalam hal ini adalah mengambil tindakan untuk melakukan perjalanan wisata atau tidak. Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda ketika melakukan perjalanan wisata, baik itu motivasi lingkungan, keagamaan, menyegarkan diri (*refreshing*), ataupun ada kepentingan suatu proyek. Banyak pula beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi sehingga motivasi itu sendiri dapat mempengaruhi niat untuk berkunjung. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Motivasi sebagai variabel intervening (Y).

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, dalam penelitian ini penulis membatasi pada ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas *visit intention* pulau komodo yang dipengaruhi oleh *sensation seeking*, sikap, norma subyektif, dan motivasi. Dimana peneliti menyebutkan objek yang diteliti secara langsung, guna mendapatkan secara spesifik hasil penelitian tersebut dan dapat digunakan sebagai rujukan dan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai *visit intention*, baik secara umum maupun meneliti suatu objek pariwisata yang

dibahas oleh peneliti lainnya kedepan.

2. Referensi yang diperoleh untuk penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu mengenai *intention* dalam topik pariwisata, *hospitality* dan *restaurant*, dan *visit intention* yang diperoleh dari berbagai kategori objek pariwisata.
3. Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yakni daerah perkantoran Sudirman, Jakarta Pusat.
4. Obyek dalam penelitian ini adalah hal-hal yang membuat calon wisatawan tertarik atau tidak tertarik untuk berkunjung ke Pulau Komodo.
5. Subyek dalam penelitian ini yakni masyarakat yang berada di sekitar daerah perkantoran Sudirman, Jakarta Pusat, yang pernah dan belum pernah melakukan *visit* ke pulau komodo.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Dari latar belakang masalah diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Apakah *sensation seeking* berpengaruh terhadap motivasi (*motivation*) untuk berkunjung pada Pulau Komodo ?
2. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap motivasi (*motivation*) untuk berkunjung pada Pulau Komodo ?
3. Apakah motivasi (*motivation*) berpengaruh terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo ?

4. Apakah *sensation seeking* berpengaruh terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo ?
5. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat berkunjung (*visit intention*) pada Pulau Komodo?
6. Apakah norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh terhadap niat mengunjungi (*visit intention*) pada Pulau Komodo?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Untuk peneliti, diharapkan dengan penelitian ini, penulis dapat mendapatkan dan menyebarkan pengetahuan lebih dalam topik pariwisata, terutama Pulau Komodo.
2. Untuk praktisi, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk mengembangkan tempat pariwisata terutama Pulau Komodo yang dilakukan oleh pemangku kepentingan (*stakeholder*).
3. Untuk pembaca, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk peningkatan pengetahuan pembaca

