

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara yang dilalui garis khatulistiwa. Sehingga Indonesia memiliki tropis, yang memiliki curah hujan tinggi dan penyinaran matahari yang cukup. Indonesia juga memiliki kondisi geografis yang strategis dengan terbentang luasnya daratan dan lautan yang luas, sehingga banyak keanekaragaman yang ada didalamnya, termasuk keanekaragaman hayati. Dengan iklim tropis ini membuat tanah yang ada di Indonesia mudah untuk bercocok tanam oleh berbagai macam tumbuhan. Oleh karena itu Indonesia bisa disebut negara Agraris karena sebagian besar penduduk bermata pencaharian sebagai petani atau bercocok tanam. Dengan keadaan ini untuk memperkenalkan keanekaragaman yang ada di Indonesia salah satunya yaitu dari sektor pariwisata, Pariwisata di Indonesia menurut UU Kepariwisata No. 9 tahun 1990 pasal 1 (5) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidangnya.

Menteri pariwisata Arief Yahya dalam siaran *pers* Kementerian Pariwisata pada Oktober 2019 di Kota Kasablanka mengatakan menurut *World Travel & Tourism Council*, Pariwisata di Indonesia menjadi yang tercepat tumbuh menempati peringkat ke-9 di dunia, nomor tiga di Asia, dan nomor satu di kawasan Asia Tenggara. Capaian di sektor pariwisata itu juga diakui perusahaan media di Inggris,

The Telegraph yang mencatat Indonesia sebagai “*The Top 20 Fastest Growing Travel Destinations*”.

Bank Indonesia mengatakan pariwisata merupakan sektor yang paling menghasilkan devisa bagi Indonesia setelah minyak dan gas, batu bara, dan kelapa sawit. Hal ini dikarenakan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan pariwisata terdapat di dalam pariwisata. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa sumber daya alam yang indah meliputi luas wilayah serta keberagaman yang terdapat di Indonesia yang menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan khususnya



wisatawan mancanegara. Data kunjungan wisatawan mancanegara dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1.1
 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara
 Sumber : Kementerian Pariwisata, Republik Indonesia tahun 2019

Dari Gambar I.I dapat diketahui bahwa selama tahun 2018 sampai 2019, jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia meningkat dengan

jumlah yang cukup signifikan. Seperti pada bulan November 2019 yang berjumlah 1,280,781 wisatawan, meningkat sebesar 123,298 wisatawan dibandingkan dengan bulan November 2018. Dengan data tersebut dapat menunjukkan pariwisata di Indonesia masih diminati oleh wisatawan mancanegara. Salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah objek wisata yang beragam adalah Jawa Barat. Potensi objek dan daya tarik di Provinsi Jawa Barat sangat beragam dan tersebar di kabupaten/kota di Jawa Barat. Objek dan daya tarik wisata tersebut telah menarik kunjungan tidak hanya wisatawan dalam negeri tetapi juga wisatawan mancanegara.

Menurut Mulyana (2010), Kota Bogor memiliki potensi yang besar dalam pengembangan pariwisata di tingkat lokal, regional, nasional, maupun internasional. Pengembangan usaha pariwisata dapat memberikan manfaat langsung dan tidak langsung bagi masyarakat. Upaya pengembangan tersebut dilakukan dengan memperluas segmentasi pasar domestik. Berdasarkan penelitian pengembangan usaha pariwisata dengan pendekatan penawaran dan permintaan.

Tabel 1.1 Perkembangan pengunjung wisatawan Kota Bogor

No	Tahun	Wisatawan		Jumlah wisatawan
		Nusantara	Mancanegara	
1	2017	2 400 403	135 440	2 535 843
2	2018	7 573 402	392 585	7 965 987
3	2019	8 709 412	451 473	9 160 885

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bogor (2019)

Pada Tabel 1.1 jumlah wisatawan menurut data yang didapat Dinas kebudayaan dan pariwisata kota Bogor, dari tahun 2017 hingga 2019 selalu mengalami peningkatan , ditahun 2019 jumlah wisatawan sebanyak 9160885

pengunjung. Kota yang berbatasan dengan ibukota Jakarta ini menjadi destinasi wisata yang cukup favorit.

Kota Bogor memiliki potensi yang sangat besar sebagai suatu destinasi pariwisata internasional. Indonesia memiliki banyak agrowisata, seperti Kusuma Agrowisata Jawa Timur, Kebun Teh Rancabali Bandung, Agrowisata Merapi Farma Herbal Jawa Tengah, Salah satu Agrowisata yang terdapat di Jawa Barat adalah Taman Wisata Buah Mekarsari yang berada kabupaten Bogor, yang berbasis pelestarian keanekaragaman hayati buah-buahan tropika terbesar didunia.

Seiring sudah berdirinya Taman buah mekarsari yang merupakan salah satu agrowisata terbesar di Indonesia, harus tetap berinovasi dalam mengelola kawasan wisata agar terus meningkatnya wisatawan dari domestik maupun mancanegara. Sebelum membahas lebih dalam peneliti melakukan *research* terkait variabel yang ingin dibahas. Peneliti juga melakukan *research* mengenai penelitian terdahulu tentang Taman buah Mekarsari dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1	Putri (2018)	Formulasi Strategi bisnis Taman Buah Mekarsari di Kabupaten Bogor dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy	Strategi bisnis, <i>blue ocean strategy</i> , agrowisata
2	Windira (2017)	Pengaruh <i>Experiental value</i> , terhadap <i>behavior intention</i> Wisatawan di Taman Buah Mekarsari	<i>Experiental value</i> , <i>behavior intention</i>
3	Rasyid (2017)	Analisis Event Marketing Roadshow Pariwisata pada Potensi Objek Wisata Taman Buah Mekarsari di Kabupaten Bogor Tahun 2017	<i>Event Marketing Roadshow</i>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2020)

Dari data yang telah disajikan diatas tentang Taman buah Mekarsari tidak ada variabel citra destinasi, nilai yang dirasakan, pengalaman serta kepuasan pelanggan. Variabel dependen dari penelitian ini adalah niat mengunjungi kembali, peneliti berpendapat niat mengunjungi kembali dapat mengukur sejauh mana usaha yang dilakukan pengelola dalam memberikan kepuasan, nilai yang dirasakan dan pengalaman bagi para wisatawan.

Para wisatawan biasanya mempertimbangkan daya tarik dari sebuah kawasan wisata dalam proses pemilihan keputusan kunjungan yang dilakukan. Citra destinasi (X1) dapat mempengaruhi wisatawan dalam memutuskan perjalanan, perilaku pada tempat destinasi maupun tingkat kepuasan dari seorang wisatawan Jenkins dalam (Pamela dan SS Pangemanan, 2014). Carla *et al.*, (2017), melakukan penelitian tentang hubungan *destination image*, *perceived quality*, dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan dan *revisit intention* di Tanjung

Benoa, hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel nilai yang dirasakan, citra destinasi, kepuasan pelanggan dengan minat mengunjungi kembali. Sedangkan Samsudin pada tahun (2016), dalam penelitian-nya menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel citra destinasi, kepuasan pelanggan dan minat mengunjungi kembali.

Hal lain yang dirasa penting untuk menumbuhkan atau mempertahankan loyalitas pelanggan adalah *value* atau nilai dari produk atau jasa yang disediakan. Nilai yang dirasakan (X2) yang ditawarkan oleh suatu tempat wisata dapat menyebabkan atau meningkatkan loyalitas para wisatawan akan tempat wisata tersebut. Nilai yang dirasakan dinyatakan oleh Zeithaml dalam Chotimah dan Wahyudi (2019) sebagai penilaian konsumen secara keseluruhan atas manfaat dari produk berdasarkan apa yang konsumen beri dan apa yang konsumen terima. Untuk itu pengelola wisatawan harus menciptakan value yang besar agar dapat menjadi faktor kunci keberhasilan pengelola dalam mempertahankan atau membentuk loyalitas para wisatawan Carla *et al.*, (2017), menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel nilai yang dirasakan wisatawan terhadap minat mengunjungi kembali.

Pengalaman (X3) menurut Kelly (2017), adalah persepsi yang terbentuk selama kejadian, yang mana aspek psikologi terhubung dengan kejadian yang terjadi. Pengalaman terbentuk ketika konsumen menikmati kegunaan dari suatu produk. Pengalaman wisatawan menurut Shen (2016) adalah pengalaman

pariwisata yang positif atau negatif yang lebih mudah ditentukan dibandingkan dalam menentukan otentik atau berkesan. Pengalaman pariwisata yang positif merupakan pengalaman yang diciptakan atau ditimbulkan dari kesan di mana pemenuhan dan kepuasan memiliki pengaruh yang positif terhadap kehidupan para wisatawan.

Pengalaman wisatawan merupakan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi citra destinasi pariwisata, sehingga semakin baik pengalaman wisatawan maka akan memunculkan kesan-kesan yang baik dan selanjutnya akan menghasilkan citra yang positif. Idealnya, suatu kawasan wisata seharusnya dapat menyajikan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan, bahkan *zero complain* sehingga akan semakin mendukung citra positif suatu obyek wisata. Pengalaman yang baik bagi wisatawan akan membuat kepuasan dan kepercayaan para wisatawan terhadap objek wisata tersebut semakin tinggi. Seperti penelitian oleh Indrawati *et al.* (2013)

Setelah maksimalisasi potensi pariwisata yang ada dan kegiatan promosi kawasan wisata telah dilakukan, hal lain yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan volume/jumlah wisatawan di suatu kawasan wisata adalah kepuasan wisatawan (Y). Kepuasan pelanggan diartikan sebagai fungsi dari seberapa sesuai harapan pembeli produk dengan apa yang didapatkan atau apa yang dirasakan pembeli (dalam hal ini wisatawan) atas jasa tersebut. Jika sesuai dengan ekspektasi, pelanggan puas. jika melebihi ekspektasi, pelanggan sangat puas atau senang (Kotler, 2016). Keterkaitan antara variabel mengunjungi kembali dan

kepuasan pelanggan diterangkan oleh Chotimah dan Wahyudi (2019), melakukan penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat mengunjungi kembali. Penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan dan positif antara variabel kepuasan pelanggan dan niat berkunjung kembali.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dilampirkan di atas dalam penerapan teori-teori dari hasil penelitian para peneliti terdahulu mengenai variabel citra destinasi, nilai yang dirasakan, pengalaman, kepuasan, dan niat mengunjungi kembali serta belum adanya penelitian terdahulu mengenai Agrowisata Taman buah Mekarsari dengan variabel-variabel tersebut, maka atas dasar penjabaran pemikiran di atas, penelitian ini akan menggunakan lima variabel yaitu citra destinasi, nilai yang dirasakan, pengalaman, kepuasan dan niat mengunjungi kembali, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Niat Mengunjungi Kembali pada Wisata Taman Buah Mekarsari”

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diketahui pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah citra destinasi Taman Buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?
2. Apakah nilai yang dirasakan wisatawan Taman Buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?

3. Apakah pengalaman wisatawan Taman Buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?
4. Apakah citra destinasi Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan?
5. Apakah nilai yang dirasakan wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan?
6. Apakah pengalaman wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan?
7. Apakah kepuasan wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan juga pertanyaan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah citra destinasi Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali.
2. Untuk menguji apakah nilai yang dirasakan wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali.
3. Untuk menguji apakah pengalaman wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali.
4. Untuk menguji apakah citra destinasi Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

5. Untuk menguji apakah nilai yang dirasakan wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.
6. Untuk menguji apakah pengalaman wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Untuk menguji apakah kepuasan wisatawan Taman buah Mekarsari berpengaruh signifikan terhadap niat mengunjungi kembali.