

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang berada di Asia Tenggara. Berdasarkan www.pesonaindonesiatravel.com Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar di dunia dengan jumlah total 13.466 pulau yang terdiri dari lima kepulauan besar dan 30 kelompok kepulauan kecil. Indonesia memiliki keanekaragaman budaya yang tersebar dari sabang sampai marauke, dengan kurang lebih 350 etnis suku dan 483 bahasa dan budaya. Keanekaragaman kebudayaan yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi yang menarik untuk dikunjungi. Masuknya para wisatawan mancanegara merupakan peluang bagi pemerintah Indonesia agar semakin menjaga serta melestarikan kebudayaan yang ada sehingga dapat terus menarik wisatawan untuk datang ke Indonesia. Kebudayaan sangat erat kaitannya dengan pariwisata, pariwisata merupakan sebuah sarana pengenalan budaya bangsa bagi wisatawan mancanegara dan budaya atau kebudayaan merupakan objek dari pariwisata yang menarik setiap wisatawan mancanegara. Pembangunan pariwisata diharapkan mampu sebagai sarana dalam memperkenalkan kekayaan alam, nilai dan budaya bangsa Indonesia kepada wisatawan mancanegara.

Berdasarkan kemenkeu.go.id pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional.

Kontribusi sektor ini yang paling nyata adalah terhadap penerimaan devisa Negara. Dengan pertumbuhan dunia pariwisata di Indonesia, memberikan peluang usaha bagi para investor seperti bisnis kuliner makanan, *mall* dan dibidang akomodasi perhotelan. Di Indonesia akomodasi perhotelan turut memiliki andil dalam menyukseskan dunia pariwisata, hal tersebut dapat dilihat dengan keberadaan hotel-hotel di Indonesia yang menunjang industri pariwisata. Peluang ini membuat banyak investor membangun akomodasi untuk para wisatawan baik lokal ataupun mancanegara di berbagai daerah di Indonesia, dan salah satunya adalah Yogyakarta. Perkembangan pariwisata di Yogyakarta dan sekitarnya menarik minat investor membangun hotel di Yogyakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik DIY, pertumbuhan hotel berbintang pada tahun 2010 – 2013 sekitar 85% (travel.kompas.com).

Suasana kota Yogyakarta yang kaya akan budaya dan sejarah bak magnet bagi wisatawan. Yogyakarta juga menghadirkan refleksi sejarah, dibungkus budaya dan wisata belanja (travel.kompas.com). Faktor daya tarik yang dimiliki Yogyakarta seperti keragaman objek wisata yang tersebar di beberapa tempat dengan karakter dan keunikan masing-masing objek wisata. Beberapa bangunan peninggalan sejarah seperti candi prambanan, candi ratu boko dan candi-candi lainnya merupakan objek wisata yang terdapat di Yogyakarta. Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat, kraton pakualam, istana air taman sari, dan kota gede merupakan tempat-tempat bangunan sejarah yang kaya akan budaya yang masih dijaga dan dilestarikan. Dengan keberadaan bangunan sejarah yang dimiliki menjadi salah satu objek wisata budaya yang dapat menarik minat wisatawan.

Daerah disekitar Yogyakarta turut berperan dalam menarik wisatawan untuk melakukan wisata, salah satunya adalah candi Borobudur yang terletak di Magelang. Candi Borobudur merupakan bangunan peninggalan sejarah yang sudah dikenal sebagai warisan kebudayaan Indonesia. Selain wisata budaya, Yogyakarta menawarkan wisata pantai seperti: pantai timang, pantai indrayanti, pantai baron, pantai parangtritis, pantai wediombo dan pantai parangkusumo merupakan pantai-pantai yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan. Wisata belanja malioboro semakin memberi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Yogyakarta. Menurut kepala Dinas Pariwisata DIY Tazbir, keanekaragaman wisata budaya DIY sudah diakui banyak daerah diindonesia, karena DIY memiliki keunggulan karakteristik yang tidak dimiliki daerah lain seperti bangunan wisata warisan budaya (*heritage*), keraton, sentra kerajinan, budaya lokal batik, keindahan alam laut dan pegunungan (travel.kompas.com).



Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2011-2015

Sumber: Dinas Pariwisata Yogyakarta 2016

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa keragaman objek wisata yang tersebar di beberapa tempat, dengan karakter dan keunikan masing-masing objek wisata menjadi daya tarik yang dimiliki oleh pariwisata di Yogyakarta. Pariwisata Yogyakarta dengan kebudayaan dan keunikan objek wisata mampu memberi pengaruh besar dalam menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Yogyakarta melebihi target yang sudah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta, peningkatan ini dimulai pada tahun 2012 – 2015, Hal ini menunjukkan bahwa Yogyakarta merupakan salah satu destinasi yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan mancanegara.

Daya tarik yang dimiliki Yogyakarta bukan hanya dirasakan oleh wisatawan mancanegara, tetapi juga menarik minat wisatawan nusantara untuk berkunjung ke Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.2, dibawah ini:



Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara

Sumber: Dinas Pariwisata Yogyakarta 2016

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara, bukan hanya itu jumlah wisatawan yang datang ke Yogyakarta juga melebihi target yang sudah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Yogyakarta dimulai pada tahun 2012 – 2015. Keputusan yang dibuat oleh seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi merupakan hal yang dasar bagi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Sebelum seseorang melakukan perjalanan wisata maka seseorang tersebut terlebih dahulu digerakkan oleh motivasi untuk melakukan perjalanan wisata.

Feriyanto & Triana (2015: 72) motivasi adalah suatu perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan. Menurut Correia *et al.*, (2013) secara umum wisatawan memutuskan untuk melakukan perjalanan karena mereka didorong oleh faktor internal dan/ atau ditarik oleh satu set tujuan atribut yang meningkatkan keinginan mereka untuk mengunjungi tempat tertentu. Setiap wisatawan memiliki motivasi saat memilih sesuatu yang menurut mereka menarik atau sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan. Faktor pendorong motivasi berkaitan dengan keinginan emosional dan dari internal seperti aktualisasi diri, istirahat, rekreasi atau interaksi sosial, sebaliknya faktor penarik motivasi berkaitan dengan faktor-faktor eksternal dan kognitif seperti pemandangan, iklim, hotel atau fasilitas (Yoon dan Uysal dalam Correia *et al.*, 2013). *Motivation is defined as “ a need or desire that energizes behavior and directs it towards a goal”* (Myers dalam Seubsamarn, 2009), motivasi didefinisikan sebagai

kebutuhan atau keinginan yang memberikan energi dan mengarahkannya menuju sebuah tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Tjiptono (2014: 353) secara sederhana kepuasan (*satisfaction*) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan hasil/ prestasi produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil produk yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka itu artinya pelanggan puas, tetapi jika kinerja tidak memenuhi harapan maka artinya pelanggan tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Hal senada juga diungkapkan oleh Baker dan Crompton dalam Radder dan Han, (2013) kepuasan yang dirasakan akan membantu tercapainya dua hal yang berkontribusi kepada loyalitas pengunjung dalam hal rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta niat berkunjung kembali dan akhirnya mempengaruhi kinerja bisnis.

Disamping niat berkunjung kembali, *word of mouth* telah diidentifikasi sebagai fenomena pasar yang signifikan dan sebagai sarana yang turis lakukan dalam mengungkapkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa (Murray dalam Truong dan King, 2009). Berbeda dengan iklan, *word of mouth* merupakan informasi yang jujur dan kuat dengan sumber informasi yang

didapatkan tidak memiliki keterhubungan dengan perusahaan atau produk, dan merupakan gambaran pengalaman orang lain terhadap suatu produk atau jasa. Rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif terbukti menjadi prediktor terkuat untuk membentuk perilaku dan sikap di masa depan yang meliputi komunikasi lisan dari orang ke orang antara penerima dan komunikator yang penerima anggap non-komersial mengenai produk atau layanan (Buttle dalam Koteswara et al, 2015).

Kepuasan yang tercipta akan membentuk loyalitas pelanggan dan pelanggan yang loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word of mouth advertisers*, tapi juga loyal terhadap produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun. Menurut Hui et al., dalam Radder & Han, (2013) dalam konteks pariwisata, loyalitas pengunjung sering dikaitkan dengan niat untuk berkunjung kembali dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Senada dengan Hui et al., menurut Kuusik et al., dalam Vinh (2013) loyalitas wisatawan dipandang sebagai niat untuk berkunjung kembali dan sebagai persepsi wisatawan dalam merekomendasikannya. Yoon et al., dalam Barbeitos et al., (2014) mengatakan bahwa loyalitas konsumen adalah tujuan utama untuk semua penyedia layanan, karena kapasitas yang tinggi untuk mempertahankan pelanggan biasanya berarti keuntungan jangka panjang.

Ditengah banyaknya akomodasi yang berada di sekitar kota Yogyakarta terdapat akomodasi dengan keindahan pedesaan yang asri. Selain menikmati pemandangan alam, wisatawan/ tamu yang menginap juga disuguhkan dengan budaya, tradisi dan aktivitas sehari-hari masyarakat desa wisata setempat mulai

dari bangun tidur hingga menjelang malam (travel.kompas.com), dan salah satunya adalah *homestay* desa wisata Tembi. *Homestay* desa wisata Tembi adalah akomodasi yang menawarkan penginapan berupa *cottage* dan juga penginapan yang berada di rumah warga. Selain itu *homestay* desa wisata Tembi menawarkan beberapa kegiatan bagi wisatawan yang menginap seperti membatik kain, membatik topeng kayu, membuat kerajinan pensil dan tisu, membuat tembikar, tatah sungging wayang, dan mewarnai batik. Selain itu wisatawan juga dimanjakan dengan kegiatan kuliner seperti membuat tempe dele, membuat sagon dan membuat ceriping bonggol pisang, ditambah kegiatan outbound seperti lomba pegang belut disawah, lomba pegang bebek disawah, lomba bekiak/lari teklek, menyusuri pematang sawah, membajak sawah, lomba gobak sodor, membuat memedi manuk, lomba banyu mili. Kegiatan kesenian seperti kerawitan, cokekan, wayang kulit, gejog lesung, musik anklung dan tari-tarian, dan bagi wisatawan yang ingin memikmati suasana pedesaan dapat memilih kegiatan keliling wisata seperti naik dokar keliling desa wisata dan naik sepeda ontel mengelilingi desa wisata. Pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan akan memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan akomodasi penginapan yang berada ditengah kota.

Wisatawan yang menginap di *homestay* yang dikelola oleh masyarakat setempat, juga dapat melihat kehidupan sehari-hari warga desa Tembi seperti bertani, beternak dan berolah seni. *Homestay* desa wisata Tembi menggunakan konsep kekeluargaan dengan menjadikan tamu yang menginap bukan hanya sebagai tamu melainkan sebagai keluarga. Desa wisata Tembi juga memiliki

rumah batik, rumah gamelan dan *art shop* atau kerajinan tangan. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti ingin membuktikan secara empiris, tentang **kepuasan wisatawan, anteseden dan konsekuensi: studi pada wisatawan yang menginap di *homestay* desa wisata Tembi.**

1.2 Rumusan Masalah

Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Yogyakarta, dengan keberadaan objek-objek wisata dan peninggalan-peninggalan bangunan sejarah yang dimiliki, memberikan peluang bertumbuhnya akomodasi perhotelan sehingga memberikan banyak pilihan bagi wisatawan. Keberadaan objek-objek wisata juga didukung oleh akomodasi dengan mengangkat pemandangan alam pedesaan, tradisi, budaya dan aktivitas masyarakat sekitar sehingga memberikan daya tarik terhadap wisatawan baik nusantara ataupun mancanegara.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tujuan wisata budaya terhadap kepuasan wisatawan?
2. Bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap kepuasan wisatawan?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas destinasi?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap WOM?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh tujuan wisata budaya terhadap kepuasan wisatawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap kepuasan wisatawan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas destinasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap WOM.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain:

1. Bagi Akademis

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti lain yang ingin meneliti tentang kepuasan wisatawan.

2. Bagi Manajemen/ Pengelola

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap pengelola *homestay* desa wisata Tembi tentang kepuasan wisatawan yang pernah menginap dan apakah wisatawan akan menginap lagi kedepannya bahkan merekomendasikan *homestay* desa wisata Tembi kepada orang lain.