BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Isa dan Ramli (2014) dalam penelitiannya pada FRI Aquarium di Penang Malaysia menemukan bahwa faktor *destination awareness*, *motivation*, WOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kunjungan wisatawan pada obyek wisata tersebut. Sementara itu, Phau *et al.*(2014) dalam penelitiannya terhadap para wisatawan muda di Australia menemukan bahwa teori nilai konsumsi dan *perceived beneficial image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dorongan seseorang dalam memilih tujuan wisata.

Hal ini menarik peneliti untuk mengidentifikasi mengenai pengaruh faktor *destination awareness*, *destination image*, *motivation*, dan *Word of Mouth (WOM)* terhadap minat seseorang untuk berkunjung ke obyek wisata Batu Secret Zoo. peneliti memilih tempat wisata sebagai obyek penelitian karena industri pariwisata akan terus berkembang dan tidak akan tergerus oleh zaman. Secara khusus peneliti memfokuskan diri pada objek Batu Secret Zoo karena Batu Secret Zoo merupakan salah satu dari banyak destinasi wisata yang ada di kota Batu, Malang. Selain itu Batu Secret Zoo merupakan satu-satunya kebun binatang di Indonesia dengan jumlah binatang terbanyak dan terlengkap serta menyediakan fasilitas berbeda dari kebun binatang biasanya, dengan membuat wisata berbasis edukasi dan konsep dalam setiap kandang hewannya.

Batu Secret Zoo yang beralamat di Jalan Oro-Oro Ombo No 9, Batu, Malang, Jawa Timur merupakan tempat wisata dan kebun binatang modern yang

terletak di Kota Batu, Jawa Timur. Batu Secret Zoo yang berada di tanah seluas 14 hektar tersebut merupakan bagian dari Jatim Park 2, selain Pohon Inn dan Museum Satwa. Batu Secret Zoo pertama kali dibuka pada bulan Juni 2010 dan diresmikan oleh Presiden Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono.

Menurut website resmi Jatim Park Group, Batu Secret Zoo buka setiap hari mulai pukul 10.00 – 18.00 WIB dengan harga tiket sebesar Rp.55.000,00 (Senin – Kamis) dan Rp.65.000,00 (Jumat – Minggu). Namun demikian pengunjung juga dapat membeli tiket terusan untuk mengunjungi Museum Satwa dan Batu Secret Zoo sebesar Rp.84.000,00 (Senin – Kamis) atau Rp.120.000,00 (Jumat – Minggu). Beberapa koleksi hewan dari berbagai habitat yang berasal dari 5 benua dapat ditemukan di kebun binatang ini, antara lain singa putih, kijang afrika, berbagai jenis burung, bermacam-macam reptil serta satwa langka lainnya. Total koleksi sebanyak 2 ribu ekor satwa terdiri dari 100 jenis satwa. Para pengunjung diajak berinteraksi lebih dekat dengan satwa, tak hanya melihat koleksi satwa. Pengunjung juga diajak bersafari dan memberikan makan langsung satwa. Batu Secret Zoo terbagi dalam beberapa zona meliputi zona flying lemur (berbagai jenis primata, burung, kanguru, reptil, dan lemur yang lincah), zona aquarium (berbagai jenis ikan air tawar, air laut, di dalam aquarium dihuni aneka jenis ikan termasuk ikan hiu), zona savannah (lorong Savannah, memberi makan bebek, flamingo, dan berfoto bersama ular dan burung), zona tiger land (melihat koleksi harimau mulai harimau sumatera, harimau putih, harimau emas sampai cheetah). Pengunjung dapat juga melihat aneka jenis satwa asli Indonesia seperti buaya muara, burung Jalak Bali dan burung Cenderawasih.

Dalam pengenalannya, Batu Secret Zoo membuat konsep pada setiap kandang hewannya. Konsep yang diusung ini berkaitan dengan tema dan gambaran alam liar ketika hewan tersebut berada. Misalnya seperti harimau Bengala yang sering ditemukan di kawasan India, dibuatkan konsep reruntuhan candi di dalam hutan yang seperti pada kenyataannya banyak dijadikan habitat harimau Bengala. Konsep yang diusung ini memiliki tujuan untuk membuat binatang yang berada di dalamnya merasakan seperti pada kenyataannya hidup di alam liar, sehingga binatang merasa nyaman dan tidak stress. Selain itu, konsep mendukung wisata edukatif yang diusung Batu Secret Zoo, dengan membuat pengunjung menjadi tahu akan habitat asli dan ciri-ciri khusus setiap binatang. Selain konsep yang diusung, di sekitar kandang diberikan papan informasi mengenai satwa yang berada di dekatnya. Papan informasi tersebut berisi nama satwa, nama latin satwa, species, habitat aslinya, makanan, cara hidup yang soliter atau individual, dan serta hal-hal unik lainnya seputar satwa tersebut. Disekitar wisata satwa ini juga terdapat papan *trivia*, yaitu papan yang berisi pertanyaan-pertanyaan atau *mini games* yang dapat mengedukasi anak-anak. Misalnya seperti tebak mata hewan, tebak bulu hewan, dan sebagainya.

Di dalam Batu Secret Zoo juga terdapat 34 wahana yang tersedia. Sekitar separuh wahana disajikan untuk permainan anak-anak, selebihnya wahana untuk dewasa yang memacu adrenalin. Area permainan yang cukup luas, yang membuat anak-anak dapat bermain gembira di sana. Pengunjung yang lelah dapat beristirahat di kafetaria yang ada di sebelah *Fantasy Land* ini. Terdapat kolam renang anak yang diberi ember raksasa, dan juga air mancur. Bagi pengunjung

yang ingin memberi makan hewan, dapat menaiki kereta Safari Farm, yang terdapat di sebelah Gorilla Raksasa. Pengunjung yang senang berfoto juga dapat menaiki patung gorilla di sebelah *Safari Farm* dan *River Adventure*. Saat ini Batu Secret Zoo terus berusaha menambah koleksi satwa dan menambah fasilitas yang baru. Hal ini membuat Batu Secret Zoo menjadi wisata yang rekreatif serta edukatif yang cocok dikunjungi oleh semua kalangan.

Fasilitas dan wahana yang tersedia membuat Batu Secret Zoo menjadi satu-satunya wakil Indonesia yang masuk top 10 kebun binatang di Asia peringkat 9 dibawah African Safari di Jepang dan diatas Dalian Forest Zoo di China. Hal itu membuat Batu Secret Zoo menjadi salah satu destinasi wisata yang wajib dikunjungi di kota Batu, Malang. Hal ini dibuktikan dengan data pengunjung yang tidak pernah sepi. Apalagi, saat musim liburan pengunjung Batu Secret Zoo mencapai 15.000 hingga 16.500 orang setiap harinya. Berikut ini merupakan data statistik perkembangan jumlah pengunjung Batu Secret Zoo dari tahun 2011-2014.

Tabel 1.1

Data Statistik Kunjungan Wisatawan Batu Secret Zoo

Tahun	Jml Pengunjung
2011	777.834
2012	804.679
2013	345.664
2014	329.230

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Batu tahun 2014

Berdasarkan data statistik tersebut, menunjukkan bahwa jumlah masyarakat untuk mengunjungi Batu Secret Zoo setiap tahun selalu mengalami penurunan. Hal itu diindikasikan karena munculnya berbagai jenis tempat wisata baru di kota Batu (Dinas Pariwisata Kota Batu, 2015) . Padahal manajemen Batu Secret Zoo selalu melakukan penambahan aneka satwa serta perbaikan fasilitas umum yang tersedia di area kebun binatang. Data statistik juga menunjukkan bahwa objek wisata Batu Secret Zoo berada pada posisi nomor tiga setelah Kusuma Agrowisata dan Selecta pada tahun 2011-2014 berdasarkan peringkat pengunjung terbanyak dibandingkan dengan pengunjung objek wisata di Kota Malang lainnya dalam kurun waktu yang sama.

Animo masyarakat yang tinggi ini disebabkan oleh banyak faktor yang dimiliki setiap pengunjung mulai dari pengalaman orang lain, motivasi orang untuk berlibur, gambaran/ *image* seseorang terhadap suatu objek wisata tertentu, maupun dari berbagai iklan yang disajikan oleh pihak pengelola. Minat yang tinggi ini menyebabkan naiknya jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Faktor internal perusahaan seperti restrukturisasi pengelola, perbaikan sarana dan prasarana, penambahan satwa dan sebagainya juga menunjang naiknya minat masyarakat untuk berkunjung ke Batu Secret Zoo.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa perubahan dalam struktur manajemen Batu Secret Zoo

dapat menghasilkan perubahan yang besar dan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan untuk mengunjungi Batu Secret Zoo. Faktor yang digunakan dalam meneliti pengaruh kunjungan wisatawan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor seperti *destination awareness*, *destination image*, *motivasi*, dan *word of mouth* (WOM). Oleh karena itu, rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *destination awareness* terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo?
2. Bagaimana pengaruh *destination image* terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo?
3. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo?
4. Bagaimana pengaruh *Word of Mouth (WOM)* sebagai variabel mediasi antara *destination awareness*, *destination image*, *motivasi* dengan kunjungan wisata di Batu Secret Zoo?

1.3. Batasan Penelitian

Untuk menghindari cakupan penelitian ini yang terlalu meluas, maka penulis menentukan batasan-batasan sebagai berikut, agar lebih fokus untuk mencapai tujuan penelitian. Batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Obyek penelitian berfokus pada Batu Secret Zoo, Malang, Jawa Timur.
2. Responden adalah orang yang pernah berkunjung ke Batu Secret Zoo minimal satu kali dalam tiga tahun terakhir.

3. Variabel yang diteliti hanya *destination awareness*, *destination image*, *motivasi*, dan *word of mouth* (WOM). Variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi *tourist visitation* (kunjungan wisatawan) tidak dipakai.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah menganalisis *destination awareness*, *destination image*, *motivasi* dan *Word of Mouth* (WOM) terhadap kunjungan pengunjung di Batu Secret Zoo. Berdasarkan uraian tersebut, maka tujuan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *destination awareness* terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo.
2. Untuk menganalisis pengaruh *destination image* terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo.
3. Untuk menganalisis pengaruh motivasi terhadap kunjungan wisatawan di Batu Secret Zoo.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* (WOM) sebagai variabel mediasi antara *destination awareness*, *destination image*, motivasi dengan kunjungan wisata di Batu Secret Zoo.

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun secara praktis di masa kini maupun di masa yang akan datang.

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen Batu Secret Zoo dalam meningkatkan *awareness* kepada publik melalui iklan konvensional dan sosial media. Selain itu, dapat menjadikan saran dan kritik bagi pengelola Batu Secret Zoo untuk membuat lingkungan satwa yang berorientasi pada edukasi sehingga dapat meningkatkan dan memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Batu Secret Zoo.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan pengaruh *Word of Mouth* (WOM) sebagai variabel mediasi antara *destination awareness*, *destination image*, motivasi terhadap kunjungan wisatawan pada suatu destinasi wisata (dalam penelitian ini Batu Secret Zoo). Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya maupun digunakan untuk acuan dalam penelitian terkait.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Uraian mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi mengenai landasan teori mengenai *destination awareness*, *destination image*, motivasi, *WOM* (*word of mouth*) dan *tourist visitation* disertai dengan tinjauan penelitian terdahulu serta

pengembangan hipotesis yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti melalui kerangka penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini berisi penjelasan mengenai bentuk penelitian, sumber data, lokasi dan waktu penelitian, metode pengambilan sampel, tehnik pengumpulan data, metode pengukuran data, variabel penelitian, defisini operasional, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bagian ini memuat proses penelitian, hasil dari uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian, hasil pengolahan data dari kuesioner penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang sifatnya terpadu. Pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dalam penelitian berupa penjelasan teoritik dan statistik.

BAB V Penutup

Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab tujuan penelitian, saran berdasarkan kesimpulan, dan menjelaskan keterbatasan- keterbatasan dalam penelitian ini..