

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu penggerak roda perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran suatu negara, antara lain berkontribusi terhadap peningkatan devisa, membuka lahan kerja baru serta meningkatkan pendapatan penduduk setempat. Pentingnya industri pariwisata juga dipahami oleh Indonesia. Sebagai negara yang memiliki berbagai kekayaan alam dan budaya, Indonesia memiliki modal untuk mengembangkan industri pariwisatanya yang terbukti menjadi penyumbang devisa terbesar kedua setelah migas. Pada tahun 2009-2013 devisa negara dalam bidang pariwisata terus meningkat. Berikut adalah jumlah peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia:

Tabel 1.1
Perkembangan Wisatawan Mancanegara dan Devisa, 2009-2013

Tahun	Wisatawan Mancanegara		RataRata Lama Tinggal (hari)	Rata-Rata Pengeluaran Per Orang (USD)		Penerimaan Devisa	
	Jumlah	<i>Pertumbuhan (%)</i>		Per Hari	Per Kunjungan	Jumlah (juta USD)	<i>Pertumbuhan (%)</i>
2009	6,323,730		7.69	129.57	995.93	6,297.99	
2010	7,002,944	10.74	8,04	135.01	1,085.75	7,603.45	20.73
2011	7,649,731	9.24	7.84	142.69	1,118.26	8,554.39	12.51
2012	8,044,462	5.16	7.70	147.22	1,133.81	9,120.85	6.62
2013	8,802,129	9.42	7.65	149.31	1,142.24	10054.14 *)	10.23

Sumber : Pusdatin Kemenparekraf & BPS (Diakses pada: 01 Juni 2014)

Hal ini disadari oleh Pemerintah Republik Indonesia yang mulai mencanangkan Visit Year Indonesia 2008 sebagai program promosi untuk meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Pembinaan aspek-aspek yang terkait pariwisata mulai dibenahi oleh Pemerintah termasuk mengadakan berbagai *event* yang dapat menarik wisatawan dan menjadikan Indonesia sebagai prioritas destinasi wisata mereka. Kedepannya diharapkan tercipta loyalitas mereka terhadap Indonesia (*Destination Loyalty*).

Untuk masyarakat Indonesia secara umum, semakin mantapnya pariwisata nasional membuat nama bangsa ikut dikenal oleh dunia, dan tentunya membuat masyarakat menjadi lebih bangga akan bangsanya sendiri. Maka dianggap majunya pariwisata dapat menumbuhkan rasa cinta tanah air dan meningkatkan keinginan masyarakat Indonesia untuk berpergian ke pelosok nusantara. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang terus meningkat setiap tahunnya dan diharapkan akan terus meningkat kedepannya.

Tabel 1.2
Perkembangan Wisatawan Nasional (Nusantara) Tahun 2009-2013

TAHUN	WISATAWAN NASIONAL		RATA-RATA PENGELUARAN PER ORANG (USD)		RATA- RATA LAMA TINGGAL (HARI)	TOTAL PENGELUARAN SELAMA DI LUAR NEGERI (JUTA USD)
	JUMLAH	PERTUMBUHAN (%)	PER KUNJUNGAN	PER HARI		
2009	5,053,289	1,13	977,39	109,80	8,81	4,939.01
2010	6,235,606	23,4	676,65	117,59	8,20	6,090.00
2011	6,750,416	8.26	934.50	121.53	7.61	6,308.26
2012	7,453,633	10.42	926,20**)	127,00**)	7,67**)	6,903.55
2013	7.973.440*)	9.07	912.31	140.39	6.49	7,274.25

Sumber : Pusdatin Kemenparekraf & BPS (Diakses pada: 01 Juni 2014)

*) Data sementara melalui 19 pintu keluar utama

**) Data estimasi (dikarenakan tidak ada survei Outbound pada tahun 2012)

Berdasarkan laporan Kementerian Kebudayaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, jumlah wisatawan nusantara mengalami peningkatan baik jumlah maupun pengeluaran wisatawan dari tahun 2009-2013. Pada tahun 2009, jumlah wisatawan mencapai 5.053.269 orang dan pada tahun 2013 jumlah wisatawan naik menjadi 7.973.440. Akan tetapi, mengalami penurunan jumlah rata-rata pengeluaran perorang per kunjungan (USD) dan mengalami penurunan rata-rata lamanya tinggal wisatawan dari tahun 2009-2013.

Saat ini, keberadaan wisatawan nusantara diakui dan dianggap sangat berpotensi. Selain jumlahnya yang terus meningkat, wisatawan nusantara juga memiliki tingkat pengeluaran yang cukup tinggi di tempat tujuan wisata yang tidak kalah dengan wisatawan mancanegara sehingga wisatawan nusantara sendiri dianggap sebagai penyelamat industri pariwisata nasional disaat krisis, dikarenakan kedatangan dan pengeluaran mereka membuat industri pariwisata mendapatkan pemasukan untuk bertahan, sehubungan dengan kejadian-kejadian yang membuat wisatawan mancanegara menghindari kunjungan ke Indonesia.

Maka saat ini industri pariwisata Indonesia mulai berusaha lebih untuk menarik minat wisatawan nusantara selain tetap menargetkan pertambahan jumlah wisatawan mancanegara. Peningkatan jumlah wisatawan tersebut tidak terlepas dari loyalitas wisatawan yang selalu dibangun oleh pengelola kawasan wisata. Loyalitas wisatawan tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap bagian-bagian kepariwisataan yang lain seperti perhotelan, biro perjalanan, perdagangan, industri, hiburan dan sebagainya.

Pengembangan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis sehingga menghasilkan manfaat sosio-kultur-ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Dalam rangka mengoptimalkan manfaat sosio ekonomi dari pengembangan pariwisata, setiap destinasi wisata dihadapkan pada upaya untuk memperoleh angka kunjungan wisatawan yang signifikan. Salah satunya adalah dengan memperoleh *repeating visit* dari wisatawan yang pernah berkunjung. Dengan kata lain, destinasi wisata juga berupaya untuk menciptakan wisatawan menjadi loyal untuk berkunjung.

Hal ini juga mendorong pemerintah untuk membenahi aspek-aspek yang mendukung pariwisata, termasuk keamanan, kenyamanan, dan kebudayaan. Keamanan merupakan hal yang paling diisukan sehubungan dengan peristiwa-peristiwa yang mengganggu stabilitas beberapa tahun terakhir, antara lain ancaman terorisme, merebaknya flu burung, bencana alam yang terjadi, dan isu lainnya. Sehingga pemerintah berkomitmen untuk menciptakan situasi yang aman dan kondusif bagi wisatawan merupakan hal yang paling diutamakan.

Sedangkan untuk mendukung transportasi yang berkaitan dengan pariwisata, Departemen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengadakan kerjasama dengan Departemen Perhubungan demi kenyamanan transportasi wisatawan. Berbagai *event* pun sudah direncanakan untuk digelar sebagai ajang memperkenalkan kebudayaan nasional. Selain itu maraknya kampanye-kampanye pelestarian alam menjadi salah satu andalan sebagai daya tarik wisata. Dengan program-program pembenahan yang dilakukan, diharapkan wisatawan yang berkunjung akan merasakan kepuasan dan timbul kepercayaan untuk terus

memilih Indonesia sebagai destinasi wisata. Dengan begitu, kedepannya jumlah wisatawan yang sudah ada bisa lebih ditingkatkan seiring terbentuknya loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut.

Secara khusus penelitian ini akan memfokuskan permasalahan yang dikaitkan dengan bidang usaha pariwisata. Bidang pariwisata yang termasuk bidang jasa mempunyai unsur-unsur yang berbeda, pelayanan menjadi kata kunci untuk keberhasilan bidang ini. Pelayanan prima terhadap konsumen yang dapat terjaga akan membuat konsumen merasa nyaman dan terpuaskan keinginannya, sehingga harus memperhatikan keinginan konsumen dengan baik. Dengan melalui pelayanan prima yang mengkombinasi unsur edukasi pada konsumen akan membuat konsumen puas, karena terkadang konsumen lebih senang jika diberikan pelayanan dengan menjelaskan beberapa hal seperti baik buruknya atau positif negatifnya yang akan didapatkan oleh konsumen dan bahkan jika konsumen dibimbing sampai pada tahap penentuan pilihan yang dilakukan oleh konsumen sendiri akan membawa dampak yang luar biasa dalam menjalankan usaha dibidang jasa.

Yogyakarta menempati peringkat ke dua sebagai tempat wisata setelah Bali. Yogyakarta memiliki unsur-unsur budaya yang dapat dikembangkan secara maksimal. Keberadaan kraton, situs-situs peninggalan sejarah, kondisi alam, predikat kota pelajar, kaya akan wisata kuliner, kerajinan dan lain-lain menjadi daya tarik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara untuk datang ke Yogyakarta. Bahkan setiap tahunnya ribuan pelajar dan mahasiswa menetap di Yogyakarta untuk menuntut ilmu. Keberadaan ini juga meningkatkan tingkat

kunjungan pariwisata yang pada akhirnya memang harus dimaksimalkan infrastruktur dan pelayanannya.

Pada penelitian ini, peneliti meneliti salah satu situs peninggalan sejarah yaitu Candi Prambanan yang terdapat di Yogyakarta. Banyak wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang mengunjungi Candi Prambanan karena memiliki daya tarik berupa candi Hindu terbesar di Indonesia. Candi Prambanan selalu dibenahi demi meningkatkan kenyamanan dalam pelayanan terhadap pengunjung. Bagi pengunjung yang ingin menikmati lebih dari hanya melihat monumen batu candi, pengunjung juga dapat menikmati sendratari yang dipentaskan pada saat bulan purnama yang dipertunjukkan di panggung terbuka (*out door*) dan selain saat bulan purnama diselenggarakan di dalam ruangan (*in door*).

Data dari Kepala Bidang Operasional Taman Wisata Candi Prambanan, menunjukkan bahwa wisatawan yang mengunjungi Candi Prambanan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tingkat kunjungan tertinggi adalah pada saat liburan hari natal, lebaran, dan tahun baru. Pengunjung berkisar 7000-8000 orang per hari pada saat musim liburan. Pada pergantian tahun 2012-2013 pengunjung per hari mencapai 15.000-16.000 orang, dengan komposisi pengunjung mayoritas wisatawan lokal dan wisatawan nusantara, dan wisatawan asing stabil dengan kisaran 350-400 orang per hari.

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian yang dilakukan oleh Huang dan Chiu (2006) dengan judul *Exploring Customer Satisfaction, Trust and Destination Loyalty in Tourism*. Perbedaannya adalah penelitian ini secara khusus menganalisis tema tersebut pada destinasi pariwisata di Candi Prambanan.

Penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi kualitas hubungan dan loyalitas wisatawan dari sudut pandang destinasi wisata serta menyajikan inferensi yang dapat bermanfaat bagi manajemen pariwisata.

Dari penelusuran hasil literatur sebelumnya, *destination loyalty* bisa tercipta jika wisatawan merasa puas dan terjalin rasa percaya terhadap destinasi wisata, yang bisa dipengaruhi oleh 3 atribut perilaku wisatawan, antara lain persepsi perbedaan budaya, persepsi terhadap keamanan, serta persepsi terhadap kenyamanan transportasi yang tersedia sehingga wisatawan akan mendapatkan kepuasan dan kepercayaan untuk loyal datang kembali ke objek wisata tersebut.

Dengan jumlah wisatawan yang meningkat setiap tahunnya baik wisatawan nusantara atau mancanegara, penulis tertarik untuk meneliti perbedaan budaya yang dirasakan (pengalaman), keamanan yang dirasakan, dan kemudahan transportasi di Candi Prambanan memiliki pengaruh terhadap kualitas hubungan kepuasan dan kepercayaan wisatawan loyal untuk *repeating visit* meskipun Candi Prambanan hanya menyajikan wisata alam dan wisata budaya tanpa menampilkan atraksi wisata lain.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian, untuk mengembangkan latar belakang dan memecahkan fenomena masalah yang sudah dijelaskan di latar belakang maka peneliti merumuskan beberapa masalah agar dapat dipecahkan. Rumusan masalah tersebut adalah :

1. Bagaimana pengaruh perbedaan budaya, keamanan yang dirasakan, dan kenyamanan transportasi terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan?
2. Bagaimana pengaruh perbedaan budaya, keamanan yang dirasakan, dan kenyamanan transportasi terhadap kepercayaan wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas mereka yang berkunjung ke Candi Prambanan?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan wisatawan terhadap loyalitas mereka yang berkunjung ke Candi Prambanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh perbedaan budaya, keamanan yang dirasakan, dan kenyamanan transportasi terhadap kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan.
2. Mengidentifikasi pengaruh perbedaan budaya, keamanan yang dirasakan, dan kenyamanan transportasi terhadap kepercayaan wisatawan yang berkunjung ke Candi Prambanan.
3. Menganalisis pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas mereka yang berkunjung ke Candi Prambanan.

4. Menganalisis pengaruh kepercayaan wisatawan terhadap loyalitas mereka yang berkunjung ke Candi Prambanan.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan strategi defensif pemasaran relasional, khususnya dalam membangun kepuasan dan kepercayaan dalam hubungan antara pelaku pariwisata di destinasi dengan wisatawan.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi stakeholder pariwisata, khususnya sektor publik (otorita pengelola destinasi daerah) dan sektor *private* (industri pariwisata) untuk faktor-faktor pendukung wisata yang dapat membentuk kepuasan dan kepercayaan sehingga wisatawan dapat loyal untuk berkunjung kembali di sebuah destinasi wisata.

1.5 Sistematika Penulisan

Tesis ini akan disusun dalam lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini merupakan pengantar, sebelum memasuki bagian utama tesis ini.

Bab II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dan teori-teori yang mendukung analisis yang diperlukan dalam penelitian, antara lain: pengertian pariwisata, candi, *perceived culture differences*, *perceived safety*, *perceived convenient transportation*, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas.

Bab III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan variabel apa saja yang akan digunakan dalam penelitian, dan bagaimana cara perolehan variabel tersebut. Pada bab ini juga dijelaskan tentang jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan sampel, serta metode analisis penelitian yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan penelitian.

Bab IV: ANALISIS DATA

Pada bab ini memberikan gambaran mengenai pengolahan data primer yang berhasil dikumpulkan, sehingga diperoleh penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah.

Bab V : PENUTUP

Bab ini berisi kumpulan dan saran yang bisa diperoleh dari keseluruhan pelaksanaan penelitian. Kesimpulan berisi ringkasan hasil penelitian yang merupakan jawaban tujuan penelitian. Bagian lain, yaitu saran-saran, berisi ide-ide mengenai langkah-langkah yang telah dilakukan.