

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) dan 193 kepala negara termasuk Indonesia telah merencanakan aksi global yang bernama pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) terdiri atas 17 tujuan utama yang dirumuskan sebagai kerangka kerja global dalam mewujudkan pembangunan yang inklusif, adil, dan berkelanjutan. Tujuan-tujuan tersebut mencakup penghapusan kemiskinan, penghapusan kelaparan, peningkatan derajat kesehatan dan kesejahteraan, penyediaan pendidikan yang berkualitas, pencapaian kesetaraan gender, akses terhadap air bersih dan sanitasi yang layak, penyediaan energi bersih dan terjangkau, penyediaan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, penguatan sektor industri, inovasi, dan infrastruktur, pengurangan kesenjangan, pembangunan kota dan permukiman yang berkelanjutan, penerapan pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, penanggulangan perubahan iklim, pelestarian ekosistem laut dan darat, serta penguatan perdamaian, keadilan, kelembagaan yang tangguh, dan kemitraan global guna mencapai seluruh tujuan tersebut secara terintegrasi (Kompas.com, 2023).

Dari ke-17 tujuan tersebut pariwisata dapat berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan dari SDGs sesuai dengan peraturan Undang-undang No.10, 2009 tentang kepariwisataan. Kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengangkat citra bangsa suatu negara, meningkatkan kesejahteraan rakyat, memajukan budaya, menghapuskan kemiskinan, dan mengatasi pengangguran. Isi Undang-undang tersebut selaras dengan tujuan SDGs

khususnya pada tujuan penghapusan kemiskinan, penghapusan kelaparan, penyediaan pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, serta penguatan sektor industri, inovasi, dan infrastruktur. Dengan mengandalkan sektor pariwisata, Indonesia dapat mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan menarik para wisatawan untuk melakukan perjalanan ke berbagai provinsi yang ada di Indonesia.

Tabel 1.1 Data Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan

Rank	Provinsi	Jumlah
1	Jawa Timur	155.340.647
2	Jawa Barat	122.651.717
3	Jawa Tengah	112.090.843
4	DKI Jakarta	61.295.256
5	Banten	35.742.100

Sumber : BPS 2024

Provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para wisatawan masih dipimpin oleh provinsi di pulau Jawa dengan berbagai alasan seperti kemudahan aksesibilitas, infrastruktur yang memadai, dan kekayaan adat dan budaya yang tumbuh di tengah masyarakat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Provinsi Jawa Timur menjadi provinsi dengan perjalanan wisatawan nusantara terbanyak di Indonesia disusul oleh Jawa Barat dan Jawa Tengah diperingkat 2 dan 3 (BPS, 2024).

Tabel 1.2 Data Perjalanan Wisatawan Nusantara Kab di Jawa Timur

Rank	Kota	Jumlah
1	Kota Surabaya	25.021.916
2	Kabupaten Sidoarjo	16.028.910
3	Kabupaten Pasuruan	7.565.308
4	Kabupaten Malang	7.499.436
5	Kota Malang	7.326.777
6	Kabupaten Gresik	7.001.895
7	Kabupaten Kediri	5.933.967
Rank	Kota	Jumlah
8	Kabupaten Jombang	5.662.053

9	Kabupaten Mojokerto	5.325.875
10	Kabupaten Jember	4.596.050
11	Kabupaten Bangkalan	4.537.992
12	Kabupaten Blitar	4.276.991
13	Kabupaten Lamongan	3.909.343
14	Kabupaten Sampang	3.312.435
15	Kabupaten Probolinggo	3.216.177
16	Kabupaten Tulungagung	3.033.963
17	Kabupaten Tuban	2.960.127
18	Kabupaten Nganjuk	2.738.567
19	Kota Kediri	2.677.896
20	Kabupaten Sumenep	2.648.322
21	Kabupaten Banyuwangi	2.628.502
22	Kabupaten Bojonegoro	2.529.667
23	Kabupaten Ponorogo	2.389.983
24	Kabupaten Madiun	2.152.982
25	Kabupaten Ngawi	2.126.753
26	Kabupaten Lumajang	2.072.394
27	Kabupaten Pamekasan	1.836.829
28	Kabupaten Magetan	1.706.010
29	Kabupaten Bondowoso	1.646.801
30	Kota Pasuruan	1.455.865
31	Kabupaten Trenggalek	1.448.409
32	Kota Probolinggo	1.341.107
33	Kabupaten Situbondo	1.332.965
34	Kota Batu	1.264.303
35	Kota Madiun	1.203.935
36	Kota Mojokerto	1.091.450
37	Kota Blitar	1.077.786
38	Kabupaten Pacitan	760.906

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur 2024

Selain pariwisata Jawa Timur memiliki bandara yang sering kali menjadi pintu utama para wisatawan untuk memulai perjalanan mengeksplor pariwisata di Indonesia tepatnya di Kota Surabaya, tidak heran jika Kota Surabaya menjadi Kota/Kabupaten dengan penyumbang terbanyak perjalanan wisatawan di

Indonesia. Menurut tabel 1.2 lebih dari 25 juta wisatawan berkunjung ke Surabaya, (BPS, 2024).

Sedangkan, Kabupaten Lumajang berada di peringkat ke 26 dari 38 Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Jawa Timur. Dengan jumlah wisatawan 2.072.394 di mana angka tersebut sangat jauh dengan Kabupaten/Kota lain. Padahal, wisata di Kabupaten Lumajang tidak kalah menarik dari Kabupaten/Kota lain. Sekitar 38 destinasi wisata yang telah diakui oleh pemerintah Kabupaten Lumajang sebagai destinasi wisata lokal yang terdiri dari wisata alam hingga wisata buatan seperti kolam renang yang bisa dijelajahi keindahannya.

Salah satu dari banyaknya pariwisata tersebut wisata Hutan Bambu yang terletak di Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang dapat menjadi pilihan untuk para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menjadi tempat berlibur keluarga dengan jarak tempuh berkisar 25 Kilometer dari pusat Kota Lumajang. Selain tempatnya yang sejuk dan asri Hutan Bambu memiliki nilai sejarah panjang dimulai pada tahun 1972 terbentuk Kelompok Pelestari Sumber Daya Alam (KPSDA) yang mulai menanami tanaman bambu untuk meningkatkan cadangan air di Desa Sumbermujur. Berawal dari hal tersebut selain cadangan air yang meningkat wilayah yang ditanami bambu mulai dihuni oleh ratusan kelelawar dan monyet ekor panjang. Begitu banyak hal menarik dan positif yang terdapat di wisata Hutan bambu tak lepas dari peran KPSDA sehingga pemerintah memberikan penghargaan Kalpataru ditahun 2002. Hutan Bambu secara resmi menjadi tempat wisata pada tahun 2016. Harga tiket untuk masuk ke area Hutan Bambu dipatok Rp.5000 untuk orang dewasa dan Rp.3000 untuk anak-anak. Buka dari pukul 07.00

WIB -16.30 WIB. Wisata Hutan Bambu selalu ramai dikunjungi bahkan pada masa covid-19 pun Hutan Bambu menjadi wisata favorit bagi wisatawan lokal (Kompas.com, 2023).

Namun, jumlah pengunjung di Hutan Bambu terus mengalami penurunan bahkan terbilang cukup jauh dengan jumlah pada masa pandemi covid-19 di mana kebijakan isolasi mandiri diberlakukan oleh pemerintah.

Tabel 1.3 Data Kunjungan Wisatawan Hutan Bambu 2021-2024

Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
2021	56.735	-	56.735
2022	42.497	-	42.497
2023	27.700	-	27.700
2024	14.965	-	14.965

Sumber : Dinas Pariwisata Kab. Lumajang 2024

Berdasarkan tabel 1.3 pada triwulan I tahun 2024 jumlah pengunjung hutan bambu berada di angka 14.965 jauh menurun dari tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan, Pemandian Alam Tirto Sari *View* yang berada tidak jauh dari lokasi Hutan Bambu berada di angka 22.264 pengunjung dengan estimasi perjalanan kurang lebih sama dengan Hutan Bambu (Dinas Pariwisata Kab. Lumajang). Menurunnya minat berkunjung atau keputusan berkunjung para wisatawan ke Hutan Bambu perlu digali lebih dalam untuk diketahui penyebabnya.

Penurunan keputusan berkunjung tersebut harus segera dievaluasi oleh pengelola destinasi wisata untuk mengetahui kekurangan yang ada pada Hutan Bambu. Dalam manajemen pemasaran keputusan berkunjung sama halnya dengan keputusan pembelian yang merupakan kunci perilaku konsumen, di mana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan (Effendi & Batubara, 2016:249). Ada sembilan faktor yang dapat

mempengaruhi keputusan berkunjung pada suatu destinasi wisata yakni daya tarik, citra destinasi, lokasi, *electronic word of mouth*, fasilitas, harga, aksesibilitas, media promosi, dan ketersediaan tong sampah serta transportasi (Mulyati & Masruri, 2019). Faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah faktor daya tarik, citra destinasi, dan lokasi.

Faktor pertama yakni faktor daya tarik yang sangat erat kaitannya dengan tempat wisata karena suatu tempat tidak akan menjadi area wisata ketika tidak ada daya tarik yang ditawarkan. Daya tarik wisata alami merupakan bentuk keindahan yang berasal dari ciptaan Tuhan, meliputi unsur-unsur alam seperti bentang alam, tumbuhan (flora), dan hewan (fauna). Sementara itu, daya tarik wisata buatan adalah hasil kreativitas manusia, yang mencakup objek seperti museum, situs bersejarah, kesenian dan budaya, wisata pertanian (agro), wisata perburuan, petualangan alam, taman hiburan, hingga kawasan rekreasi (Utama & Junaedi, 2018:3).

Wisata Hutan Bambu memiliki daya tarik alami seperti banyaknya habitat kelelawar dan monyet ekor panjang yang menjadikan Hutan Bambu sebagai rumah mereka, serta daya tarik buatan seperti kolam renang yang tersedia untuk para wisatawan. Hal ini menjadi salah satu alasan bagi para wisatawan memutuskan untuk berkunjung ke destinasi wisata Hutan Bambu, tetapi daya tarik Hutan Bambu belum cukup untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Penurunan minat wisatawan terjadi setiap tahunnya sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut apakah daya tarik memiliki pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di wisata Tani Betet Nganjuk mengatakan bahwa daya tarik pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan dan positif terhadap keputusan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas dan keunikan daya tarik tersebut secara diyakini mampu mendorong intensitas kunjungan ke destinasi wisata (Saputra *et al.*, 2022). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan di objek Telaga Ngebel menunjukkan bahwa variabel daya tarik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kunjungan wisatawan, yang mengindikasikan bahwa keberadaan acara atau pertunjukan bukan merupakan determinan utama dalam menarik kunjungan ke objek wisata Telaga Ngebel. Wisatawan tetap menunjukkan kecenderungan untuk berkunjung meskipun tanpa kehadiran unsur daya tarik tambahan tersebut (Anggraini *et al.*, 2019).

Daya tarik yang unik jika tidak dibarengi oleh citra destinasi yang baik maka hal tersebut dapat berdampak kepada keputusan berkunjung wisatawan karena citra destinasi dapat mempengaruhi psikologis wisatawan untuk memiliki suatu persepsi terhadap suatu tempat wisata. Citra destinasi mencerminkan bagaimana suatu tempat wisata dipersepsikan secara keseluruhan oleh para wisatawan atau masyarakat (Eddyono, 2021:75).

Citra atau *image* yang beredar di kalangan masyarakat tentang wisata Hutan Bambu adalah objek wisata yang memiliki udara sejuk, jauh dari keramaian kota, dan tempat yang sangat cocok untuk dikunjungi bersama keluarga. Semakin baik citra sebuah wisata akan menjadi faktor kepercayaan wisatawan untuk menjadikan objek wisata tersebut menjadi pilihan, tetapi citra yang beredar tentang Hutan Bambu belum dapat mempertahankan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Hutan

Bambu sehingga penelitian tentang citra sebuah tempat wisata terhadap keputusan berkunjung perlu dilakukan lebih lanjut.

Dari penelitian yang telah dilakukan salah satunya pada Wisata Alam Puncak B29 Kabupaten Lumajang menunjukkan bahwa citra positif suatu destinasi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung; dengan demikian, citra yang baik dari wisata alam B29 mampu menjadi faktor menarik bagi calon pengunjung (Sodik *et al.*, 2019). Sedangkan, penelitian lain yang dilakukan di Jatim Park 3 menunjukkan bahwa citra destinasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung, sehingga baik citra positif maupun negatif yang melekat pada Jatim Park 3 tidak menyebabkan perubahan berarti dalam jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi tersebut (Isman *et al.*, 2020).

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yakni lokasi wisata, baik berdampak positif atau negatif terhadap keputusan kunjungan objek wisata. Dalam industri manufaktur, lokasi merujuk pada saluran distribusi seperti saluran langsung (zero channel), saluran dua tingkat, maupun saluran multi tingkat, sedangkan dalam industri jasa, lokasi lebih dimaknai sebagai tempat di mana layanan diberikan secara langsung kepada pelanggan (Hurriyati, 2019).

Dalam hal lokasi Hutan Bambu berjarak cukup jauh dari pusat Kota Lumajang sekitar 25 Km berada tidak jauh di bawah kaki Gunung Semeru, dengan lalu lintas yang cukup ramai dilalui oleh masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan rasa aman untuk mengunjungi wisata Hutan Bambu. Tetapi akses jalan yang akan dilalui para wisatawan cukup terjal karena keadaan jalan yang sudah rusak akibat

erosi ataupun aktivitas kendaraan bermuatan besar. Hal ini dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

Selaras dengan penelitian yang dilakukan di Goa Maria Tritis Kabupaten Gunungkidul menunjukkan bahwa lokasi terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, yang berarti bahwa setiap peningkatan pada indikator-indikator lokasi akan turut mendorong peningkatan keputusan wisatawan untuk mengunjungi Goa Maria Tritis di Kabupaten Gunungkidul (Mulyantari *et al.*, 2020). Sedangkan penelitian yang dilakukan di objek wisata Danau Linow menunjukkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek aksesibilitas, tingkat visibilitas, kenyamanan lokasi, serta potensi ekspansi tidak menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut (Lebu *et al.*, 2019).

Dari adanya fenomena dan masalah yang terjadi menjadikan penelitian ini penting untuk dilakukan karena jika penelitian ini tidak dilakukan maka tidak akan pernah diketahui penyebab penurunan jumlah wisatawan Hutan Bambu sehingga besar kemungkinan wisatawan Hutan Bambu akan terus mengalami penurunan. Jika hal tersebut terjadi tidak menutup kemungkinan adanya penutupan wisata Hutan Bambu dan akan berdampak pada catatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Lumajang.

Agar hal itu tidak terjadi maka perlu dilakukan penelitian ini untuk mengetahui apakah daya tarik, citra destinasi, dan lokasi dapat mempengaruhi suatu keputusan wisatawan dalam berkunjung ke wisata Hutan Bambu, sehingga pengelola wisata

Hutan Bambu dapat mengevaluasi dan menanggulangi akibat penurunan jumlah wisatawan. Selain itu, pentingnya penelitian ini dilakukan karena ingin menjadikan Kabupaten Lumajang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan membantu pemerintah dalam mewujudkan tujuan SDGs melalui sektor pariwisata.

1.2 Batasan masalah

Batasan masalah dalam penelitian bertujuan agar penelitian fokus pada masalah yang diangkat sebagai topik penelitian dan agar tidak berkembang terlalu lebar. Berikut batasan masalahnya :

- a. Penelitian ini hanya membahas tentang manajemen pemasaran.
- b. Penelitian ini membahas pengaruh daya tarik, citra destinasi, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata Hutan Bambu.
- c. Penelitian memfokuskan responden kepada para wisatawan yang sedang atau pernah berkunjung ke destinasi wisata Hutan Bambu.

1.3 Rumusan Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang dan batasan masalah yang ada, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah daya tarik berpengaruh terhadap keputusan berkunjung?
- b. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung?
- c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tarik terhadap keputusan

berkunjung.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi terhadap keputusan berkunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

Semoga riset ini dapat bermanfaat untuk peneliti maupun pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

- a. Manfaat teoritis

Hasil riset ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan penambahan studi pustaka pada bidang manajemen pemasaran pariwisata, khususnya pada pembahasan tentang pengaruh daya tarik, citra destinasi, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung.

- b. Manfaat praktik

- 1) Manfaat bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini peneliti dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang selama ini di tempuh selama masa perkuliahan dan dapat merealisasikannya kedalam penelitian. Selain itu peneliti juga mendapatkan banyak pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung pada manajemen pemasaran.

- 2) Manfaat bagi wisata Hutan Bambu

Semoga penelitian ini dapat menjadi sebuah sumbangan pemikiran terkait minat kunjungan wisatawan ke Hutan bambu dan dapat dijadikan sumber saran agar wisata Hutan Bambu terus berkembang.

3) Manfaat bagi ITB Widya Gama Lumajang

Semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah bahan pembelajaran, dan studi pustaka bagi mahasiswa – mahasiswi ITB Widya Gama Lumajang.

4) Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Semoga penelitian ini dapat menjadi referensi yang dapat membantu selama ada dalam ruang lingkup manajemen pemasaran.

