

BAB 1

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pemerintah Indonesia masih terus menggalakkan bidang pariwisata, salah satunya adalah dengan dicetuskannya *Visit Indonesia Year 2008*. Hal ini dikarenakan penerimaan devisa dari pariwisata berada di posisi ketiga setelah penerimaan minyak dan gas bumi, serta minyak kelapa sawit yaitu sebesar 5345,98 juta US\$ di tahun 2007 (data BPS periode Januari - Oktober 2007 dalam Buku Saku Statistik dan Kebudayaan Indonesia Tahun 2007 yang diunduh dari www.budpar.go.id pada tanggal 12 Februari 2009). Terbukti bahwa pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pendapatan Negara Indonesia.

Saat ini terjadi berbagai dinamika yang terdapat dalam sektor pariwisata, seperti meningkatnya persaingan diantara daerah wisata serta perubahan kebiasaan dan ekspektasi para wisatawan. Sehingga Pemerintah Indonesia khususnya Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia bersama Dinas Pariwisata Daerah perlu membuat strategi yang tepat bagi pengembangan potensi pariwisata di Indonesia.

Untuk itu, dibutuhkan pemahaman lebih mengenai faktor-faktor apa yang mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata agar nantinya dapat dibuat strategi pemasaran yang dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung ke daerah-daerah tujuan wisata. Salah satu dari faktor-faktor tersebut adalah citra daerah tujuan wisata. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, konsep tentang citra adalah suatu hal yang bernilai yang dapat digunakan untuk mengetahui proses pemilihan daerah tujuan wisata oleh para wisatawan.

Citra ini terbentuk dari hasil evaluasi kognitif dan afektif terhadap daerah tujuan wisata. Evaluasi kognitif adalah pengetahuan dan kepercayaan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata sedangkan evaluasi afektif adalah perasaan wisatawan terhadap daerah tujuan wisata tersebut. Pemahaman mengenai citra ini nantinya dapat berperan dalam penyusunan strategi promosi dan menentukan kesuksesan suatu daerah tujuan wisata. Hasil penelitian yang dilakukan Goodall

(1990) menunjukkan bahwa dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan citra daerah tujuan dapat membantu dalam mengidentifikasi target pasar dan memutuskan citra mana yang seharusnya dipromosikan kepada segmen pasar tertentu.

Menurut Gunn (1972) dan Mercer (1971), pembentukan citra sebelum terjadinya perjalanan adalah fase terpenting dalam proses pemilihan daerah tujuan wisata. Sedangkan citra yang dipersepsikan setelah terjadinya kunjungan wisata juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan intensi untuk melakukan kunjungan wisata kembali di masa mendatang, tergantung pada kemampuan daerah tujuan wisata dalam menyediakan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan citra yang wisatawan miliki tentang daerah wisata.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Baloglu dan McCleary (1999) yang membahas variabel yang berpengaruh terhadap pembentukan citra daerah tujuan wisata, didalamnya terdapat variabel evaluasi kognitif, evaluasi afektif, motivasi sosial-psikologis, jumlah sumber dan tipe sumber informasi serta usia dan tingkat pendidikan wisatawan.

Peneliti bermaksud melakukan kembali penelitian untuk mengetahui variabel-variabel yang berpengaruh pada pembentukan citra keseluruhan daerah tujuan wisata dengan mengambil studi kasus wisatawan nusantara yang berwisata ke Yogyakarta. Wisatawan nusantara dijadikan objek penelitian karena berdasarkan data dari Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Tahun 2006 dalam buku saku Statistik dan Kebudayaan Pariwisata Tahun 2007 (diunduh dari www.budpar.go.id pada 12 Februari 2009), jumlah wisatawan nusantara dari 2003 hingga 2006 naik setiap tahunnya. Tercatat bahwa jumlah wisatawan nusantara tahun 2006 adalah 5.040.499 dan rata-rata pengeluaran per orang per harinya adalah 100,87 US\$ dan rata-rata lama tinggal per hari adalah 7,71 hari yang berarti potensi dari kunjungan wisatawan nusantara tidak boleh diabaikan.

Pemilihan ini juga didukung oleh pendapat dari mantan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, I Gede Ardika yang mengatakan bahwa di masa datang keberadaan wisatawan nusantara akan menjadi sangat penting karena wisatawan domestiklah yang paling besar kontribusinya dalam devisa negara, juga karena wisatawan nusantara tidak rumit mengaturnya (Jangan Sepelekan

Wisatawan Nusantara, 3 Agustus 2007, www.suarakarya-online.com, diakses pada 12 Februari 2009), hal-hal diatas membuat peneliti semakin tertarik untuk memilih wisatawan nusantara sebagai objek penelitian.

Sedangkan Yogyakarta dipilih karena menempati urutan kedua dalam peta kepariwisataan nasional dan memiliki objek wisata yang lebih beragam jika dibandingkan dengan Bali yang berada pada posisi pertama. Yogyakarta memiliki objek wisata alam, objek wisata budaya, objek wisata sejarah, iklim yang baik, atraksi dan pemandangan yang beragam, masyarakat yang ramah dan bersahabat, serta akomodasi yang khas. Ditambah lagi dengan predikat “Destinasi Wisata Terbaik Luar Negeri 2008” atau tempat tujuan wisata luar negeri terbaik bagi masyarakat Malaysia dalam Malam Anugerah Insan Pariwisata Majalah Libur diakhir tahun 2008 lalu (www.kompas.com, “Yogyakarta Tujuan Wisata Terbaik 2008”, Jumat 19 Desember 2008, diakses pada 12 Februari 2009). Berarti menurut wisatawan nusantara maupun mancanegara, Yogyakarta telah memiliki citra yang baik sebagai daerah tujuan wisata.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menganalisis variabel-variabel yang berpengaruh pada pembentukan citra keseluruhan daerah tujuan wisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi ataupun masukan dalam membuat strategi pemasaran terutama strategi promosi yang lebih baik sehingga dapat bermanfaat bagi banyak pihak terutama Dinas Pariwisata Yogyakarta serta daerah lain yang sedang berusaha meningkatkan pariwisata daerahnya masing-masing.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan diatas, secara umum perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Apakah evaluasi kognitif berpengaruh signifikan pada citra keseluruhan daerah tujuan wisata?
- Apakah evaluasi afektif berpengaruh signifikan pada citra keseluruhan daerah tujuan wisata ?

Sedangkan secara khusus perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Apakah evaluasi kognitif berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata?
- Apakah jumlah sumber informasi berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif daerah tujuan wisata ?
- Apakah tipe sumber informasi berpengaruh signifikan pada evaluasi kognitif daerah tujuan wisata ?
- Apakah motivasi sosial-psikologis berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata?
- Apakah usia dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif dan kognitif daerah tujuan wisata?
- Apakah tingkat pendidikan dari wisatawan berpengaruh signifikan pada evaluasi afektif dan kognitif daerah tujuan wisata?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan umum dari penelitian ini adalah:

- Untuk menguji pengaruh evaluasi kognitif pada citra keseluruhan daerah tujuan wisata.
- Untuk menguji pengaruh evaluasi afektif pada citra keseluruhan daerah tujuan wisata.

Secara khusus, tujuan penelitian ini adalah:

- Untuk menguji pengaruh evaluasi kognitif pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata.
- Untuk menguji pengaruh jumlah sumber informasi pada evaluasi kognitif daerah tujuan wisata.
- Untuk menguji pengaruh tipe sumber informasi pada evaluasi kognitif daerah tujuan wisata.
- Untuk menguji pengaruh motivasi sosial-psikologis berpengaruh pada evaluasi afektif daerah tujuan wisata.

- Untuk menguji pengaruh usia dari wisatawan pada evaluasi afektif dan kognitif daerah tujuan wisata.
- Untuk menguji pengaruh tingkat pendidikan dari wisatawan pada evaluasi afektif dan kognitif daerah tujuan wisata.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Dinas Pariwisata Yogyakarta

Diharapkan dengan penelitian ini, pemerintah daerah Yogyakarta dapat mengetahui citra keseluruhan daerahnya menurut para wisatawan yang berwisata ke Yogyakarta. Dengan pengetahuan akan citra termasuk di dalamnya citra kognitif dan afektif, Dinas Pariwisata Yogyakarta dapat melakukan strategi pemasaran dan pengelolaan yang lebih baik dalam rangka meningkatkan citranya dimata para wisatawan, khususnya wisatawan nusantara.

b. Dinas pariwisata daerah lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi daerah-daerah lainnya di Indonesia yang juga ingin meningkatkan potensi wisata dan strategi pemasaran bagi daerahnya masing-masing.

c. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia

Penelitian dapat dijadikan bahan referensi mengenai pembentukan citra daerah tujuan wisata menurut wisatawan nusantara, seperti yang telah ada pada latar belakang diatas, potensi dari wisatawan nusantara di Indonesia juga perlu diperhatikan.

d. Bagi dunia pendidikan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan literatur tambahan mengenai pembentukan citra daerah tujuan wisata.

e. Penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan tambahan bagi peneliti maupun pembaca lain yang ingin mengadakan penelitian dalam ruang lingkup yang sama.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Unit Analisis

Dalam penelitian ini, peneliti melibatkan responden (wisatawan nusantara) yang pernah melakukan perjalanan wisata ke Yogyakarta (bukan perjalanan bisnis/pekerjaan) dalam kurun waktu dua tahun terakhir (2007-2009) dan menginap minimal satu hingga dua hari. Responden yang diteliti adalah sebanyak 105 orang.

1.4.2 Periode Penelitian

Penelitian dibagi menjadi dua bagian yaitu pengumpulan data dan analisis data. Data sekunder dikumpulkan pada bulan Februari 2009 dan data primer pada April hingga awal Mei 2009. Setelah semua data terkumpul, akan dilakukan analisis data dan pengambilan kesimpulan pada bulan Mei 2009.

Tabel 1.2 Periode Penelitian

Aktivitas	Februari				Maret				April				Mei			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengumpulan data sekunder	■	■														
Pembuatan kuisisioner dan <i>Pretest</i>										■	■	■				
Penyebaran kuisisioner													■	■	■	
<i>Editing, coding</i> , dan analisis data														■	■	■
Pelaporan																■

Sumber: Diolah oleh peneliti

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua desain penelitian yaitu desain penelitian eksploratif dan deskriptif. Penelitian eksploratif dilakukan untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam terhadap permasalahan yang ada sedangkan penelitian deskriptif dilakukan untuk menganalisis variabel-variabel apa saja yang berpengaruh pada pembentukan citra daerah tujuan wisata.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data sekunder dikumpulkan melalui pencarian data di internet serta studi literatur

terkait sedangkan data primer didapatkan langsung dari responden melalui pengisian kuisioner.

1.5.3 Metode Pengambilan Sampel

1.5.3.1 Ukuran Sampel Populasi

Ukuran sampel yang akan digunakan dalam populasi adalah sebanyak 105 sampel.

1.5.3.2 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling*. Metode ini berdasarkan penilaian personal dari peneliti dimana peneliti dapat memutuskan elemen-elemen apa saja dimasukkan kedalam sampel. Teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*, biasanya responden dipilih acak, setelah seorang responden dimintai data kemudian responden akan diminta untuk mengidentifikasi dan memberikan referensi calon responden lain yang sesuai dengan target populasi.

1.5.4 Metode Analisis Data

1.5.4.1 Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi akan dilakukan pada jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, wilayah domisili saat ini, frekuensi berwisata ke Yogyakarta, dan rata-rata pengeluaran per bulan responden.

1.5.4.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas akan dilakukan pada variabel motivasi sosial-psikologis, evaluasi kognitif, dan evaluasi afektif daerah tujuan wisata.

1.5.4.3 Analisis Faktor

Analisis faktor akan dilakukan pada variabel motivasi sosial-psikologis, evaluasi kognitif, dan evaluasi afektif daerah tujuan wisata.

1.5.4.4 Analisis Regresi

Analisis regresi akan dilakukan pada variabel jumlah sumber informasi yang digunakan terhadap evaluasi kognitif, tipe sumber informasi terhadap evaluasi kognitif, usia dan tingkat pendidikan pada evaluasi kognitif dan evaluasi afektif, motivasi sosial-psikologis pada evaluasi afektif, evaluasi kognitif pada evaluasi afektif, serta evaluasi kognitif dan afektif terhadap citra keseluruhan daerah tujuan wisata.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode serta sistematika penulisan.

1.6.2 BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menguraikan tentang landasan dan tinjauan kepustakaan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian serta membahas hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

1.6.3 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan, didalamnya termasuk desain penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis dan pengolahan data.

1.6.4 BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, data yang terkumpul akan diolah dan hasilnya akan dianalisis dan dibahas lebih lanjut.

1.6.5 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bagian penutup yang berisi esensi hasil penelitian dan saran-saran yang dapat digunakan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.