

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berwisata merupakan sebuah kegiatan yang umum dilakukan oleh masyarakat. Dari pengalaman penulis sendiri, kegiatan berwisata dilakukan semenjak berada di tingkat pendidikan taman kanak-kanak (TK). Saat itu pihak sekolah mengorganisir semua siswa-siswi dari TK untuk melakukan perjalanan wisata ke berbagai tempat, kegiatan serupa juga dilakukan oleh institusi pendidikan penulis ketika penulis bersekolah di tingkat SD, SMP, SMA bahkan sampai tingkat perguruan tinggi. Penulis pun masih melakukan kegiatan wisata baik sendiri, bersama kawan atau keluarga. Saat melakukan kegiatan wisata terkadang terbersit pertanyaan di benak penulis, sebenarnya bagaimana sejarah pariwisata? Salah satu riwayat kepariwisataan dunia yaitu perjalanan John Murray sekitar tahun 1836 (Enzensberger, 1996) yang didokumentasikan dalam sebuah buku berjudul “Red Book”, buku tersebut memberikan penjelasan mengenai pemandangan di Belanda, Belgia dan Rhineland, juga merekomendasikan tempat-tempat yang indah dan rute-rute romantis.

Tokoh lain yang penulis temukan dalam sejarah pariwisata dunia adalah Thomas Cook (1841), ia mengorganisasikan perjalanan antara Loughborough dan Leicester untuk klubnya yang bernama Teetotalers, empat tahun setelahnya ia mendirikan sebuah agen wisata, yang selama tiga dekade menjadi agen wisata yang mendunia (Enzensberger, 1996). Di Indonesia, literatur mengenai sejarah pariwisata dan promosi pariwisata yang penulis temukan pernah dilakukan oleh sebuah perusahaan perkapalan Belanda yang bernama KPM (*Konenklijke Paketvaart Maatschappij*) (Pendit, 1965). Perusahaan ini mempromosikan Bali kepada para wisatawan Eropa. Namun Bali masih dipandang negatif pada masa itu. Bali masih sangat tradisional (jika tidak ingin dikatakan sebagai primitif) dengan wanitanya yang masih bertelanjang dada.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat dikatakan wisata menjadi sebuah kegiatan untuk menikmati perjalanan ataupun sebuah daerah yang menarik. Wisata pun mulai berkembang menjadi salah satu jenis usaha yang menjanjikan

bahkan menjadi sebuah industri penghasil devisa yang tinggi bagi negara (Depbudpar, 2008). Menurut World Tourism Organization (WTO) pada masa sekarang perkembangan pariwisata dunia mulai mengalami peningkatan yang pesat. Dimulai dari tahun 2000, terlihat dari peningkatan sebesar 7% pada tahun 2007 dengan angka 898 juta kedatangan wisatawan internasional (WTO, 2008). Pertumbuhannya pun tercatat dari tahun 2004-2007 mencapai rata-rata 7% pertahun, melebihi rata-rata pertumbuhan jangka panjang yang hanya sebesar 4%. Berbagai kawasan di dunia pun menikmati perkembangan pariwisata ini, dan untuk kawasan Asia-Pasifik, Indonesia tercatat menjadi tempat tujuan wisata untuk sekitar 15% wisatawan asing di kawasan ini. Berita baik ini ternyata tidak berlangsung terlalu lama, karena pertumbuhan pariwisata dunia mulai mengalami penurunan pada pertengahan tahun 2008 disebabkan oleh kenaikan harga minyak dunia di awal tahun dan memburuknya situasi ekonomi dunia. Namun hal ini tidak berdampak pada pariwisata Indonesia, karena menurut WTO Indonesia memperlihatkan hasil yang positif (terjadi peningkatan kunjungan wisata) (WTO, 2009).

Meningkatnya hasil industri pariwisata Indonesia nampaknya merupakan kesuksesan dari program Visit Indonesia Year yang dicanangkan pada tahun 2008. Hal ini terlihat dari angka kunjungan wisatawan yang mencapai 6,4 juta orang sampai bulan November 2008 dibandingkan keseluruhan tahun 2007 dengan angka 5,5 juta orang. Maka, menurut Menteri Kebudayaan dan Pariwisata, Jero Wacik, program Visit Indonesia Year 2008 (VIY 2008) akan diperpanjang sampai tahun 2009 dengan target mencapai 8 juta orang wisatawan (Media-Indonesia, 2007). Latar belakang dicanangkannya Visit Indonesia Year 2008 antara lain karena Indonesia sudah lama tidak mengadakan program tahun kunjungan (terakhir tahun 1991) dan persepsi Indonesia di mata dunia yang semakin membaik (Media-Indonesia, 2007). Untuk mendukung program VIY 2008 beberapa daerah seperti Jambi, Musi (Palembang), Sumatera Selatan, Lampung, Kalimantan Selatan, Bangka Belitung, Kalimantan Barat juga mulai mencanangkan program-program kunjungan ke daerah mereka (Yurnaldi, 2008).

Kesuksesan program Visit Indonesia Year 2008 secara tidak langsung juga didukung oleh berbagai program-program televisi di Indonesia yang sekarang

semakin banyak mempromosikan tempat-tempat wisata (contoh *Koper dan Ransel, Backpacker, Dorce Jalan, Jalan-Jalan, Archipelago*, dan lain-lain) bahkan acara *kuliner* (acara yang menginformasikan tempat-tempat makan) seperti *Wisata Kuliner, Santapan Nusantara* dan *Bango Cita Rasa Nusantara* juga mempromosikan tempat-tempat wisata yang berdekatan atau satu wilayah dengan tempat wisata makan. Promosi-promosi tempat wisata pun bisa dari mulut ke mulut orang yang pernah pergi ke tempat wisata. Di masa kemudahan mendapatkan informasi seperti saat ini, promosi wisata merambah dunia maya (*internet*) dengan cerita-cerita perjalanan wisata yang pernah dilakukan seseorang melalui *blog-blog* dan situs-situs *internet*, contoh www.BootsnAll.com, naked-traveler.com, www.indobackpacker.com, dan lain-lain.

Berbicara panjang lebar mengenai sejarah wisata, perkembangan wisata, promosi wisata tak lengkap tanpa mengetahui siapakah yang disebut dengan wisatawan. Lalu, siapakah yang sebenarnya disebut dengan wisatawan? Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, yang mengacu pada International Union of Office Travel Organization (IUOTO) dan World Tourism Organization (WTO), memberikan definisi bahwa wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke sebuah atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya atau keluar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk periode kurang dari 12 (dua belas) bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata. Penelitian-penelitian mengenai wisatawan dan latar belakang mereka berwisata pun belum banyak dilakukan, terutama berkaitan dengan ilmu psikologi (Ross, 1994). Dari beberapa penelitian psikologi pariwisata yang penulis temukan konsep motivasi menjadi salah satu bahasan penting. Motivasi dianggap penting karena motivasi menjadi dasar dari hal-hal yang dapat mempengaruhi tingkah laku wisatawan seperti tempat tujuan wisata, kapan akan berwisata, aktivitas apa yang mereka lakukan di tempat wisata dan kepuasan mereka (Crompton, 1979 dalam Jani, 2008). Dari berbagai literatur yang penulis temukan, motivasi dalam berwisata dibagi menjadi dua faktor, yaitu motivasi pendorong (*push*) dan penarik (*pull*) (McGehee, Loker-Murphy, dan Uysal 1996; Espinoza, 2002; Jiao, 2003; Awaritefe, 2004; Yoon dan Uysal, 2005; Tien, 2008; Jani, 2008). Motivasi pendorong (*push*) berkaitan pada aspek internal

atau emosional dalam diri seseorang sedangkan motivasi penarik (*pull*) berkaitan dengan aspek keadaan luar diri seseorang dan keadaan situasional (McGehee, Loker-Murphy, dan Uysal 1996; Awaritefe, 2004; Yoon dan Uysal, 2005; Tien, 2008). Contoh motivasi pendorong adalah keinginan untuk keluar dari rutinitas, berpetualangan, berinteraksi dengan masyarakat setempat, mendapatkan kegembiraan dan lain sebagainya (Crompton, 1979 dalam Yoon dan Uysal, 2005), sedangkan contoh motivasi penarik yaitu daya tarik tempat wisata seperti, pantai, fasilitas rekreasi, daya tarik kebudayaan, hiburan, pemandangan alam, pusat perbelanjaan, dan taman (Yoon dan Uysal, 2005).

Ketika seseorang ataupun sekelompok orang ingin berwisata, untuk lebih mempermudah kegiatan wisata tersebut mereka dapat menggunakan jasa agen wisata. Agen wisata inilah yang akan mengatur perjalanan dari mulai tiket pesawat, kendaraan saat mengunjungi tempat wisata, hotel, dan berbagai akomodasi lain. Agen-agen wisata ini mudah sekali ditemukan karena kebanyakan dari mereka mempunyai kantor di tempat-tempat strategis seperti pusat perkantoran, pusat perbelanjaan bahkan kampus-kampus perguruan tinggi baik negeri ataupun swasta dan mereka pun mempromosikan diri di berbagai surat kabar, majalah, *website*, bahkan dari mulut ke mulut orang yang sudah menggunakan jasa mereka. Agen-agen wisata secara gencar mempromosikan produk wisata mereka dengan menawarkan banyak kemudahan pelayanan, ketenangan dan kenyamanan yang akan dialami dan dirasakan oleh peserta paket wisata. Paket wisata pun berbagai macam, dari wisata religi, wisata pantai, pegunungan, sampai wisata untuk pasangan yang ingin berbulan madu. Paket wisata juga memberikan berbagai kemudahan dari pengurusan tiket, ruang tunggu bandara, fasilitas hotel berbintang, kendaraan yang nyaman, sampai antar jemput dari rumah peserta paket wisata bahkan memberikan jaminan asuransi bagi peserta paket wisata sehingga peserta paket wisata hanya perlu membawa identitas diri dan pakaian secukupnya. Namun tentu saja dari berbagai kemudahan dan kenikmatan yang akan diperoleh peserta paket, agen wisata memberikan harga yang relatif mahal dan terkadang hanya mampu dibeli oleh orang-orang yang sangat berkecukupan.

Di sisi lain ternyata ada cara yang lebih mudah dalam berwisata dan tidak terlalu mengeluarkan banyak biaya. Berwisata dengan sederhana tanpa menikmati kemewahan hotel berbintang ataupun dengan menggunakan alat transportasi yang sangat nyaman (seperti menggunakan bus ataupun pesawat dengan kelas di atas kelas ekonomi). Cara berwisata semacam ini orang umum mengenalnya sebagai wisata *backpacking*. Kegiatan wisata *backpacking* ini bisa secara individual ataupun secara berkelompok. Ketika melakukan kegiatan wisata, mereka secara mudah dapat dikenali karena terkadang hanya membawa sebuah ransel besar untuk berbagai keperluan. Maoz (1997) menyebutkan para *backpackers* (orang yang melakukan wisata *backpacking*) sebagai wisatawan yang secara mandiri mengorganisasikan perjalanan mereka pada sebuah perjalanan panjang, dengan banyak tujuan tempat wisata, dengan rencana perjalanan yang juga fleksibel. Orang-orang yang melakukan *backpacking* berusaha untuk mengalami cara hidup lokal, berusaha untuk berpenampilan sama dengan penduduk sekitar, dan fokus kegiatan wisata mereka berkisar pada wisata alam, kebudayaan, dan petualangan. Sesuai dengan definisi *backpacking* tersebut, ketika berwisata *backpacking* seseorang harus mempersiapkan segalanya sendiri, dari persiapan peralatan, tempat-tempat yang akan dikunjungi, transportasi dan akomodasi yang akan digunakan, sampai berapa lama mereka akan melakukan perjalanan tersebut. Anggaran yang mereka keluarkan pun pada umumnya lebih kecil dari biaya yang dipatok oleh agen wisata dengan tujuan yang sama.

Backpacking di Indonesia sudah mulai banyak dilakukan, bahkan terdapat komunitas tersendiri untuk para *backpacker*. Komunitas *backpacker* ini saling berkomunikasi melalui *mailing-list* dan *website* dengan anggota yang cukup banyak (mencapai ribuan orang, baik anggota aktif maupun pasif). Pada sebuah kesempatan diskusi di milis, para *backpacker* Indonesia memberikan definisi tersendiri siapa yang disebut sebagai *backpacker*, yaitu seseorang yang pergi berkelana dengan biaya minimalis, tidak memiliki jadwal yang ketat dengan rencananya, memblau dalam kehidupan sehari-hari dengan masyarakat di sekitar tempat wisata, sangat fleksibel, baik waktu, akomodasi, tujuan dan transportasi, petualangan bebas. Selain itu sebuah koran nasional menyebutkan istilah *backpacker* sendiri berasal dari kebiasaan mereka membawa ransel di punggung

sambil berjalan kaki (koran Tempo, Juni 2005). Di sisi lain terdapat ciri khas *backpacker* asal Indonesia, yaitu dalam hal lama perjalanan yang dilakukan. *Backpackers* asal Indonesia biasanya melakukan perjalanan berkisar antara satu atau dua minggu, hal ini berkaitan dengan lamanya waktu cuti yang diberikan perusahaan-perusahaan di Indonesia tempat mereka bekerja, berbeda dengan *backpackers* asing yang bisa menghabiskan waktu sampai berbulan-bulan bahkan sampai beberapa tahun.

Wadah *mailing-list* dan *website* bagi para *backpackers* berfungsi sebagai tempat berbagi informasi mengenai tempat wisata, anggaran biaya yang dibutuhkan, akomodasi, transportasi dan bahkan mengajak teman untuk melakukan perjalanan bersama. Para *backpacker* Indonesia ini sering menceritakan pengalaman mereka (baik secara lisan atau tulisan di berbagai media) dan pada umumnya mereka bercerita mengenai kesenangan dan kepuasan mereka selama di perjalanan dan di tempat yang mereka tuju. Tetapi di sisi lain ternyata kesulitan dan berbagai kejadian yang tidak menyenangkan dalam perjalanan (seperti tertipu oleh orang lain, barang-barang hilang, dompet dicuri, dan lain-lain) juga terjadi pada mereka. Hal ini dapat terjadi karena mereka pada umumnya melakukan perjalanan sendiri dan tidak selalu berwisata di tempat yang memang umum terdapat banyak wisatawan, selain itu tidak ada yang menjamin keamanan dan keselamatan mereka selama perjalanan seperti yang umumnya agen-agen wisata berikan pada peserta paket wisata. Namun pengalaman-pengalaman yang tidak menyenangkan tersebut tidak menyurutkan keinginan mereka untuk kembali melakukan *backpacking*. *Backpacking* pun semakin populer dengan banyaknya artikel-artikel koran, buku-buku perjalanan, bahkan acara televisi dengan tema *backpacking*.

Dari penjelasan di atas terlihat perbedaan yang cukup kontras antara orang yang melakukan perjalanan wisata dengan agen wisata dibandingkan dengan orang yang melakukan *backpacking*. Dengan wisata *backpacking* seseorang harus mempersiapkan segalanya untuk berwisata dari jadwal perjalanan sampai segala akomodasi dan transportasi dan bahkan harus bersiap mengalami pengalaman-pengalaman yang merugikan dan mungkin membahayakan diri, sedangkan pada orang yang melakukan wisata menggunakan agen wisata hanya perlu membayar

dan mempersiapkan keperluan pribadi (seperti pakaian dan perlengkapan mandi), keamanan dan keselamatan mereka pun dijamin oleh agen wisata dengan memberikan asuransi pada peserta. Selain itu, dari pesan-pesan yang penulis baca di *mailing-list* tidak sedikit orang-orang yang melakukan *backpacking* ini mempunyai dana yang cukup untuk membayar agen wisata. Karena perbedaan tersebut maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian mengenai kegiatan *backpacking*, dan terbersit pertanyaan, motivasi apa di balik kegiatan *backpacking*?

Untuk menjawab pertanyaan tentang motivasi *backpackers* tersebut penulis menggunakan teori motivasi wisata pendorong (*push*) dan penarik (*pull*) yang dikemukakan oleh Crompton (1979). Motivasi pendorong yang digunakan terdiri dari 7 dimensi yaitu keluar dari lingkungan rutin dan membosankan, eksplorasi dan evaluasi diri, relaksasi, prestise, nostalgia, peningkatan hubungan kekeluargaan, fasilitasi dari interaksi sosial (Crompton, 1979); sedangkan motivasi penarik yang akan digunakan terdiri dari dua dimensi yaitu mencari sesuatu yang baru (*novelty*) dan pendidikan (Crompton, 1979) ditambah lima dimensi motivasi penarik lain dalam penelitian Awaritefe (2004) tentang motivasi wisatawan, yaitu *static factor*, *dynamic factor*, *current decision*, *commercial*, dan *information/advertisement destination*. Penelitian ini akan menguji hubungan antara motivasi pendorong dan penarik pada *backpacker*. Teori motivasi pendorong dan penarik dipilih karena motivasi pendorong merupakan motivasi internal seseorang dalam melakukan *backpacking*, sehingga dapat diketahui motivasi internal apa yang berperan mendorong *backpacker* dalam melakukan wisata *backpacking*. Motivasi penarik merupakan motivasi eksternal seseorang dalam memilih tempat wisata yang akan dikunjungi, sehingga dapat diketahui jenis-jenis tempat wisata apa yang akan dipilih oleh *backpacker*. Penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan antara motivasi pendorong (yang bersifat internal) dan motivasi penarik (yang bersifat eksternal) untuk melakukan *backpacking*.

Alat ukur motivasi pendorong yang digunakan adalah alat ukur yang dibuat oleh peneliti berdasarkan dimensi dalam motivasi pendorong yang dikemukakan oleh Crompton (1979). Sedangkan alat ukur yang digunakan untuk

mengukur motivasi penarik selain berdasarkan dimensi yang dikemukakan oleh Crompton (1979) penulis menambahkan dimensi-dimensi motivasi penarik yang dikemukakan oleh Awaritefe (2004) tentang motivasi wisatawan.

Penelitian ini akan melibatkan partisipan yang berada pada tahap dewasa yaitu dewasa muda dan dewasa madya karena pada kedua masa itu individu berada pada puncak kesehatan yang diperlukan dalam melakukan perjalanan wisata. Selain itu partisipan dipilih hanya yang sudah bekerja karena dengan bekerja mereka mempunyai kemampuan mandiri secara finansial dan tentu saja memperhitungkan berbagai keperluan hidup mereka termasuk dalam perjalanan wisata. Sampel dari penelitian ini adalah *backpacker* berkewarganegaraan Indonesia yang bergabung ataupun tidak bergabung dengan komunitas *backpacker*. Pencarian sampel melalui komunitas dilakukan karena keberadaan ataupun identitas *backpacker* sulit ditemukan jika tidak berpatokan pada komunitas *backpacker*. Penelitian ini merupakan penelitian *non-experimental* atau *ex post facto field study* dan menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Jumlah partisipan penelitian diharapkan sebanyak mungkin dengan jumlah minimal 30 orang agar mendekati penyebaran normal.

1.2. Rumusan Masalah

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah ada hubungan antara faktor-faktor motivasi pendorong dan penarik pada *backpacker*?

1.3. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pendorong dan penarik yang ada pada *backpacker*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara motivasi pendorong dengan motivasi penarik pada *backpacker*.

1.4. Manfaat

Manfaat Teoritis:

1. Memperkaya ilmu psikologi, khususnya psikologi pariwisata.

2. Memperkaya psikologi pariwisata, khususnya berkaitan dengan fenomena *backpackers* Indonesia yang semakin berkembang.

Manfaat Praktis:

1. Sebagai pemicu penelitian lain khususnya yang berhubungan dengan *backpacker*, terutama *backpacker* Indonesia.
2. Sebagai masukan informasi bagi pemerintah (baik pusat dan daerah) dan pengelola paket wisata untuk mengembangkan jenis wisata *backpacking*.

1.5. Sistematika Penulisan

Laporan ini terdiri dari enam bagian.

Bagian 1 berisi pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini. Latar belakang penelitian berisi tentang alasan diadakannya penelitian ini. Rumusan masalah berisi tentang permasalahan yang diangkat dan akan dijawab dalam penelitian ini. Tujuan dan manfaat penelitian berisi tentang hal yang akan dicapai dalam penelitian ini dan aplikasi yang dapat diterapkan dari hasil penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penelitian berisi tentang urutan dan penjelasan singkat mengenai tiap bab dalam skripsi ini.

Bagian 2, tinjauan kepustakaan, terdiri dari teori-teori dan penjelasan yang digunakan untuk mendukung penelitian. Penjelasan yang digunakan adalah mengenai wisata, dan *backpacker*, sedangkan teori yang digunakan adalah teori motivasi. Dalam bab ini juga akan dijelaskan mengenai hubungan antara motivasi pendorong dan motivasi penarik. Dalam teori motivasi akan dipaparkan mengenai definisi, dimensi, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi, dan cara mengukurnya. Penjelasan mengenai wisata berisi tentang sejarah, definisi, dan kriteria kemiskinan. Sedangkan penjelasan mengenai *backpacker* berisi tentang sejarah, definisi, kriteria, dan motivasi *backpacker*.

Bagian 3 berisi masalah penelitian, hipotesis, dan variabel penelitian. Permasalahan penelitian adalah pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini yaitu apakah ada hubungan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik. Hipotesis penelitian terdiri dari jawaban yang akan

diujikan dalam penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian hubungan antara faktor-faktor motivasi pendorong dengan faktor-faktor motivasi penarik pada *backpacker*. Variabel penelitian menjelaskan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta definisi konseptual dan operasional. Variabel pertama adalah faktor-faktor motivasi pendorong dan variabel kedua adalah faktor-faktor motivasi penarik. Pada bagian 3 ini juga dijelaskan metode penelitian yang digunakan, yang terdiri dari populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, desain penelitian, instrumen penelitian, pengujian instrumen penelitian, dan prosedur penelitian. Populasi dan sampel penelitian menjelaskan tentang populasi dan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu wisatawan warga negara Indonesia yang pernah melakukan *backpacking*. Desain penelitian menjelaskan tentang jenis dan bentuk penelitian. Teknik *sampling* menjelaskan teknik yang akan dipakai untuk mengambil sampel penelitian. Instrumen penelitian menjelaskan tentang alat ukur yang digunakan serta cara pengukurannya. Prosedur penelitian menjelaskan tentang langkah penelitian yang dimulai dari tahap persiapan, uji coba, pengambilan data, dan teknik analisis yang digunakan.

Bagian 4 terdiri dari analisis data dan interpretasi data yang merupakan penjelasan tentang gambaran umum subjek penelitian, hubungan antara faktor-faktor motivasi pendorong dan faktor-faktor motivasi penarik, dan hasil tambahan yang bisa didapatkan dari penelitian ini.

Bagian 5 berisi kesimpulan yang menjawab permasalahan penelitian, diskusi yang memuat perbandingan dengan temuan-temuan sebelumnya tentang motivasi wisata pada *backpacker*, hubungan faktor-faktor pendorong dan penarik pada *backpacker* serta keterbatasan penelitian, saran teoritis untuk mengembangkan penelitian selanjutnya serta saran praktis yang dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian.