

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setelah gas dan kain, ekowisata merupakan sumber devisa terbesar ketiga di Indonesia. Hal ini juga didukung oleh fakta bahwa berbagai organisasi internasional, seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Bank Dunia, dan Organisasi Pariwisata Dunia (WTO), telah mengakui peran penting pariwisata dalam pembangunan sosial dan ekonomi. Ini hanyalah salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pendapatan daerah, terutama dengan memanfaatkan potensi industri pariwisata (Putri, 2014).

Pada tahun 1950, 97% pengunjung datang melalui Amerika Utara dan Eropa Barat, dan merupakan rumah bagi 15 tujuan wisata teratas internasional. Namun demikian, pada tahun 1999, proporsinya telah turun menjadi 62%, juga dengan sisa penduduk lokal yang sebagian besar berasal dari Negara-negara Asia, Eropa Timur, dan Amerika Selatan.

Kemungkinan untuk industri pariwisata dalam jangka panjang sangat optimis dan tentu saja mencerminkan masa depan sektor pariwisata yang substansial. Selain itu, sektor ini akan mampu menghasilkan 2 triliun yen pada tahun 2020.

Berdasarkan pada keterangan Badan Pusat Statistik, (2017) jumlah pengunjung mancanegara menjadikan Indonesia sebagai destinasi liburan sebanyak 14.039.799. Dengan 3 pintu masuk utama terbesar yakni melalui Bandara Ngurah

Rai, Bali, dengan jumlah wisatawan 5.682. 248 atau 40.4%, diikuti Bandara Soekarno Hatta, Jakarta 2.749.321 atau 19.58% dan melalui Bandara Hang Nadim, Batam Kepulauan Riau 1.564.717 atau 11.14%.

Pemerintah Indonesia membangun Pulau Batam dan pulau-pulau di sekitarnya yang dihuni oleh penduduk asli Melayu sebagai kawasan manufaktur, perdagangan, dukungan pelanggan, pelayaran, dan pariwisata. Sejak didirikannya Kotamadya Daerah Tingkat II Batam pada tanggal 24 Desember 1983, Batam terus melakukan pengembangan, khususnya di sektor pariwisata. Batam yang bertetangga dengan Singapura dan Malaysia ini, dapat menjadi salah satu tujuan wisata dunia dan menjadi "Gerbang Pariwisata Indonesia".

Perkembangan sektor pariwisata tentunya juga didukung dengan objek pariwisata terdapat di Kota Batam. Salah satu destinasi liburan yang terdapat di Kota Batam adalah agrowisata Kebun Jambu Marina berlokasi di Kecamatan Sekupang, Kota Batam. Sejak awal berdiri, agrowisata Kebun Jambu Marina telah berkembang pesat hingga kini. Wisata Kebun Jambu Marina telah beroperasi sejak tahun 2011. Awalnya, produk sekunder seperti sayuran ditanam di sini. Karena struktur tanahnya yang tidak cocok untuk ditanami, maka lahan tersebut digantikan dengan kebun jambu batu. Bibit jambu biji untuk kebun ini berasal dari Semarang.

Kebun dengan luas sekitar 2.6 hektar ini memiliki sebanyak 1500 pokok jambu biji. Agar dapat mendapatkan buah, buah ini mempunyai waktu panen setiap 2-3 bulan sekali. Fasilitas yang disediakan oleh wisata Kebun Jambu Marina cukup beragam mulai dari Taman dan spot foto dengan dekorasi yang menarik. Ada banyak payung warna-warni yang tergantung dan berjejer di atas Anda. Payung

warna-warni ini tidak hanya melindungi Anda dari panas, tetapi juga dapat digunakan sebagai properti foto. Selain pemandangan tanaman jambu, anak-anak bisa leluasa berburu ayam, angsa bahkan merpati. Ada juga kolam lele dan fasilitas budidaya.

**Table 1.1** Kunjungan Wisatawan Kebun Jambu Marina Batam

<b>Bulan</b>	<b>Tahun 2019</b>	<b>Tahun 2020</b>	<b>Tahun 2021</b>
Januari	5.237	5.436	2.282
Februari	4.842	4.853	2.234
Maret	5.246	3.329	1.598
April	5.171	1.956	2.225
Mei	5.152	1.253	2.489
Juni	5.223	1.362	2.483
Juli	5.254	1.126	2.591
Agustuss	5.029	1.211	2.329
September	5.345	1.126	2.457
Oktober	5.217	1.132	2.676
November	5.128	1.162	2.588
Desember	5.534	1.562	2.874
<b>Jumlah</b>	<b>62.378</b>	<b>25. 508</b>	<b>28.826</b>

**Sumber:** Pengelola Agrowisata Kebun Jambu Marina Kota Batam.

Ramainya pengunjung Jambu Marina disebabkan oleh perilaku konsumen dalam memilih tempat wisata. Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Saekoko, Nyoko, & Fanggidae, 2020)

Banyak aspek yang bisa berdampak pada tingkah laku serta pola pelanggan salah satunya ialah aspek sosial, budaya, individu serta keadaan mental (Santoso & Purwanti, 2013). Aspek budaya ialah aspek yang berdasarkan pada harapan dari

individu yang mendasar dari dalam diri orang tersebut. Rasa ingin mengetahui kebudayaan yang ada merupakan salah satu pendorong bagi seorang wisatawan. Budaya, menurut Nurmawati dalam jurnalnya *Perilaku Pembelian dan Niat Beli* (2018), merupakan indikator yang paling krusial dari dorongan dan sikap untuk memperoleh nilai, persepsi, keinginan, dan kebiasaan dari tempat lain. Kota Batam merupakan kota dengan fitur interaktif yang beragam. Berbagai macam ras dan budaya, adat istiadat, dan agama yang dianut oleh penduduk Batam membuktikan hal ini. Keragaman ini dipengaruhi oleh fakta bahwa Kota Batam dikuasai oleh para pendatang dari berbagai penjuru Indonesia. Populasi Batam telah mencapai 1.376.009 jiwa pada tahun 2019, dan ini diperkirakan akan terus meningkat karena pesatnya pertumbuhan dan kemajuan industri (Sumber: BPS, Sensus Penduduk 2010 dan 2020).

Dorongan lingkungan sekitar terkait pemilihan tempat wisata juga menjadi faktor pendorongnya yang dikenal dengan faktor sosial. Aspek ini merupakan peran tertentu yang berasal dari seperangkat nilai dan standar yang terjadi pada saat itu. Elemen budaya adalah struktur hierarki yang direncanakan, homogen secara budaya tetapi juga keretakan abadi dari struktur masyarakat yang partisipannya memiliki nilai, keinginan, dan sikap. Kekuatan sosial ekonomi seperti keyakinan normatif, keluarga, dan keterlibatan serta status sosial pembeli juga mempengaruhi respon konsumen.

Variabel kepribadian adalah karakteristik mental yang membedakan satu individu dengan individu lainnya, yang berpotensi menyebabkan pilihan untuk mengunjungi suatu destinasi pariwisata bergantung pada individu yang satu dengan

yang lainnya berdasarkan atribut masing-masing. Era, tahap perkembangan, penjajahan, keadaan ekonomi, pendapatan, dan gaya hidup adalah ilustrasi dari semua karakter ini. Bayi baru lahir, anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua semuanya terlibat dalam siklus kehidupan. Pada bulan Mei 2010, jumlah penduduk Kota Batam adalah 944.285 jiwa, dengan 484.867 laki-laki dan 459.418 perempuan. Jumlah penduduk secara keseluruhan pada tahun 2020 akan menjadi 1.196.396 jiwa, dengan 609.399 laki-laki dan 586.997 perempuan (Sumber: BPS, Sensus Penduduk 2010 dan 2020). Pada tahun 2020 Kota Batam didominasi oleh penduduk pada kelompok milenial, khususnya penduduk umur 30-34. Jumlah terbesar pada penduduk laki-laki ada di kelompok umur 5-9 sedangkan perempuan ada pada kelompok umur 30-34 tahun (Sumber: BPS, Sensus Penduduk). faktor ini yang kemudian mendorong minat konsumen dalam memilih tempat wisata. Beberapa dari variabel ini tidak terlalu diperhatikan oleh perusahaan pemasaran, namun harus dilihat untuk mengetahui seberapa jauh faktor perilaku konsumen ini mempengaruhi pembelian konsumen. Dengan mengetahui sejauh mana variabel perilaku konsumen dapat mempermudah pemilik bisnis untuk memodifikasi produk yang tersedia sesuai dengan perilaku konsumen sehingga perusahaan dapat meningkatkan margin keuntungan mereka, tidak terkecuali dengan destinasi wisata Kebun Jambu Marina.

Kawasan metropolitan Batam merupakan pusat daya tarik terkait pariwisata karena selalu menawarkan cara-cara yang unik dan inovatif bagi wisatawan untuk menarik mereka datang ke kota Batam (Travel Kompas, 2019). Kota Batam memiliki multikulturalisme dan lingkungan yang tidak kalah menarik

dengan menyediakan berbagai macam tempat wisata seperti wisata religi, pantai, hotel, kuliner, belanja, kegiatan olahraga, atau wisata buatan (Travel Kompas, 2019). Word of Mouth (WOM) adalah salah satu sistem komunikasi yang paling kuat dan jujur serta mempengaruhi wisatawan dalam mengambil keputusan penting dalam upaya mempengaruhi ekspektasi kinerja dalam memilih tujuan berlibur sehingga wisatawan cenderung terpengaruh oleh saran orang sekitar atau wisatawan menggunakan informasi yang didapat (adhi, 2020).

Sesuai dengan yang telah dijabarkan pengkaji ingin melaksanakan pengkajian dan membahas lebih lanjut dengan penelitian berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berkunjung Pada Tempat Wisata Kebun Jambu Marina”. Penelitian ini akan dilakukan di kota Batam.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada tempat wisata Kebun Jambu Marina sebagai berikut:

1. Budaya penduduk Kota Batam yang heterogen menjadikan wisata Kebun jambu Marina tidak menjadi destinasi wisata yang ada di pikiran masyarakat.
2. Kota Batam merupakan kota bagi para pekerja industri sehingga menjadikan masyarakat lebih memilih destinasi wisata belanja dibanding wisata Kebun Jambu Marina.

3. Usia penduduk Kota Batam yang di dominasi generasi millennial menjadikan Kebun Jambu Marina tempat yang kurang menarik dibanding destinasi wisata lain.

### **1.3 Batasan Masalah**

Untuk menghindari luasnya pembahasan terkait, peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yang befokus pada :

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan variable faktor budaya, faktor sosial, dan faktor kepribadian pada tempat wisata Kebun Jambu Marina.
2. Objek penelitian ini adalah Agrowisata Kebun Jambu Marina.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah pada penelitian analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung pada tempat wisata Kebun Jambu Marina.

1. Sejauh mana pengaruh faktor budaya terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina?
2. Sejauh mana pengaruh faktor sosial terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina?
3. Sejauh mana pengaruh faktor Kepribadian terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina?

4. Sejauh mana faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung pada tempat wisata Kebun Jambu Marina adalah :

1. Mengetahui sejauh mana pengaruh faktor budaya terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina.
2. Mengetahui sejauh mana pengaruh faktor sosial terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina.
3. Mengetahui sejauh mana pengaruh faktor kepribadian terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina.
4. Mengetahui sejauh mana faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berkunjung pada tempat wisata Kebun Jambu Marina adalah :

### **1.6.1 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi oleh pihak Kebun Jambu Marina serta Dinas Pariwisata kota Batam dalam meningkatkan strategi promosi untuk meningkatkan pengunjung.

### **1.6.2. Manfaat Teoritis**

#### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan wadah menerapkan ilmu yang diperoleh dari proses pembelajaran di kampus serta menambah wawasan dan pengetahuan terutama mengenai ilmu strategi dan promosi.

#### 2. Bagi Pembaca

Sebagai sarana referensi bagi pembaca serta peneliti selanjutnya mengenai analisis faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi dalam pemilihan tempat wisata Kebun Jambu Marina atau penelitian sejenis, serta menambah ilmu dan pengetahuan bagi pembaca lainnya.