

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keanekaragaman hayati dan budaya yang dimiliki negara Indonesia sangat berpotensi sebagai modal bagi industri pariwisata dan turis. Menurut Vianti & Abdullah (2019), wilayah yang memiliki potensi beragamnya sumber daya dan budaya akan sangat bermanfaat bila dijadikan sebagai obyek wisata supaya masyarakat sekitarnya dapat menuai manfaatnya. Oleh karena potensi negara Indonesia yang hebat ini, diharapkan industri turis dikemudian hari dapat ikutserta dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Terkait pemahaman perihal obyek wisata di Indonesia telah diatur dalam perundang-undangan Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisatahan bahwasannya “daerah obyek wisata merupakan wilayah yang secara geografis terdapat dalam satu atau lebih kawasan administratif termasuk fasilitas publik, daya tarik bagi turis, akses mudah dan masyarakat yang saling membantu terwujudnya obyek wisata yang ideal.”

Terkait keberlangsungan hadirnya obyek wisata di Indonesia-pun harus terdapat kesadaran dari masyarakat akan manfaat dan pentingnya obyek kepariwisataan. Maka dari itu, diperlukan cara-cara yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya obyek kepariwisataan ini, yang nantinya akan dapat membantu banyak obyek wisata di Indonesia untuk bertahan dan berjalan sebagaimana mestinya. Diharapkan pula, peningkatan

kesadaran masyarakat dapat membantu dalam usaha terciptanya alam yang asri dengan minimalisasi resiko penurunan kualitas lingkungan. (Palimbunga, 2019)

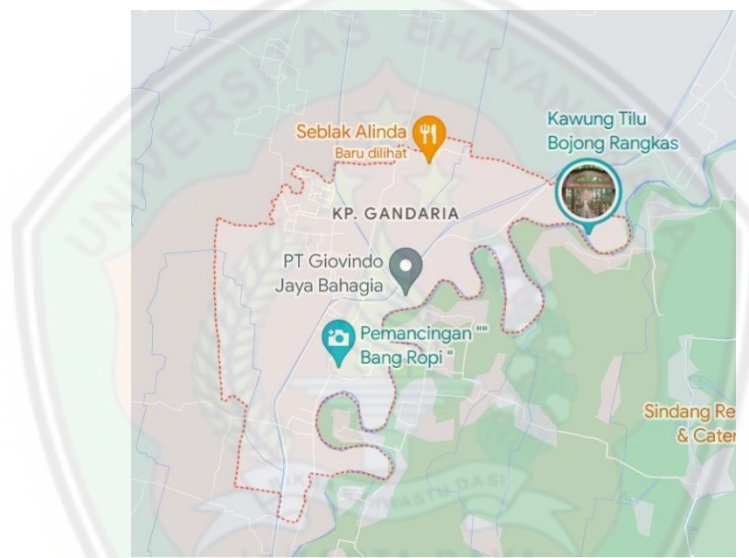
Kepulauan Jawa termasuk dalam 5 pulau terbesar di Indonesia. Khususnya Jawa Barat dengan total 50.025.605 jiwa dilansir dalam situs web <https://jabar.bps.go.id>. Dalam bidang kepariwisataan sendiri, Jawa Barat memiliki beragam potensi wisata yang tersebar di 27 kabupaten dan kota dengan basisnya beragam. Oleh karena itu, sektor wisata ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pilar bagi bangkitnya perekonomian Indonesia pasca COVID-19 melanda.

Bekasi menjadi salah satu wilayah di provinsi Jawa Barat yang juga memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan. Dengan beragam potensi budaya, sejarah dan alamnya, Bekasi pun bisa jadi salah satu opsi bagi perkembangan sektor kepariwisataan di Jawa Barat. Salah satu obyek wisata potensial di Bekasi ialah Kawung Tilu yang berada di Kecamatan Cikarang Timur, Kabupaten Bekasi. Lokasi Kawung Tilu berbatasan dengan Kabupaten Karawang dengan pembatas wilayahnya ialah sungai.

Menurut keterangan penggagas obyek wisata tersebut, gagasan pendirian Kawung Tilu muncul dikarenakan sebelumnya, Pak Gunawan telah menanam pohon Jabon dengan tujuan awal sebagai pencegahan erosi dan membantu penghijauan lahan. Lalu, bulan Juni 2018 barulah muncul gagasan penciptaan sebuah obyek wisata dengan konsep alam. Gagasan tersebut berusaha diwujudkan oleh 30 orang yang masih berstatus warga setempat dengan segala keyakinan dan hasil gotong royong mereka, pada akhirnya terbentuklah obyek

wisata Kawung Tilu ini meskipun dengan fasilitas yang masih sangat terbatas. Lalu 27 November 2018, destinasi ini mendapat peresmian oleh Plt. Bupati Bekasi saat itu. Meskipun di awal 2020, Kawung Tilu sempat terkena musibah banjir sehingga mengharuskan penataan ulang tempat wisata namun pak Gunawan beserta paguyuban pengelola tetap berusaha untuk berkembangnya dan keberlangsungan obyek wisata Kawung Tilu ini.

Gambar 1.1. Peta Desa Cipayung



Sumber: *Google Maps*, 2023

Pada 17 November 2018, destinasi Kawung Tilu resmi didirikan dengan mengusung konsep alam dan wisata *adventure*. Ketika musim buah rambutan tiba, pengunjung wisata Kawung Tilu diperbolehkan memakan buah yang terdapat pada pohon rambutan disana, sepuasnya namun tidak boleh dibawa pulang ke rumah. Destinasi wisata yang menawarkan kesejukan pepohonan ditengah hiruk pikuk Bekasi menjadi salah satu opsi tepat yang dapat dikunjungi dikala senggang.

Terkait tiket masuk, pengunjung Kawung Tilu dikenakan tiket masuk sebesar lima belas ribu rupiah, dengan beragam fasilitas di dalamnya. Beberapa fasilitas yang tersedia di obyek wisata ini, antara lain: (1) Taman Rusa; (2) Tempat Istirahat dan Kuliner; (3) *Live Music*; (4) Taman Kelinci; (5) Wahana ATV & Motor *Cross* Mini; (6) Area Panahan; dan (7) Beragam Spot Foto.

Gambar 1.2 Destinasi Kawung Tilu



Sumber: Unggahan Instagram Kawung Tilu (@kawungtilu)

Supaya dapat lebih memperkenalkan destinasi wisata ini dengan jangkauan lebih luas, pengelola Kawung Tilu memanfaatkan media sosial sebagai salah satu jembatan promosi mereka, dengan nama pengguna @kawungtilu yang terhitung telah mencapai 6.102 pengikut. Diharapkan dengan masuknya Kawung Tilu pada platform instagram ini, akan lebih banyak orang yang mengetahui dan berminat mengunjungi obyek wisata ini serta lebih memudahkan dalam pertukaran informasi seputar destinasi wisata ini kepada pengunjung dan calon pengunjung.

Terkait pengukuran minat kunjung kembali, penting bagi pengelola dalam mengetahui apa-apa saja yang dapat membuat pelanggan maupun pengunjung tetap loyal dan tidak meninggalkan atau mudah beralih (Zeithaml, 1996). Namun, hal tersebut tidaklah mudah karena dapat terhambat oleh selera dan perspektif masing-masing pelanggan. Selaras dengan hal tersebut, dapat dilihat pada data pengunjung Kawung Tilu per tahun 2022 menunjukkan angka yang fluktuatif.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Kawung Tilu tahun 2022

Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)
Januari	4.116
Februari	3.247
Maret	3.144
April	1.980
Mei	1.767
Juni	2.858
Juli	3.302
Agustus	2.746
September	2.798
Oktober	3.303
November	2.736
Desember	3.265
Total Pengunjung	31.962

Sumber: Pengelola Kawung Tilu, 2022

Berdasarkan tabel 1.1, dapat dilihat bahwasannya pengunjung destinasi Kawung Tilu sepanjang tahun 2022 bersifat fluktuatif alias mengalami kenaikan dan penurunan tak pasti. Di beberapa bulan tertentu, pengunjung Kawung Tilu dapat turun hingga hampir 50% dari angka pengunjung tertinggi. Ini membuktikan bahwa pihak pengelola Kawung Tilu masih belum dapat menemukan cara yang tepat guna mempertahankan pengunjung atau meningkatkan minat pengunjung untuk kembali berwisata di Kawung Tilu.

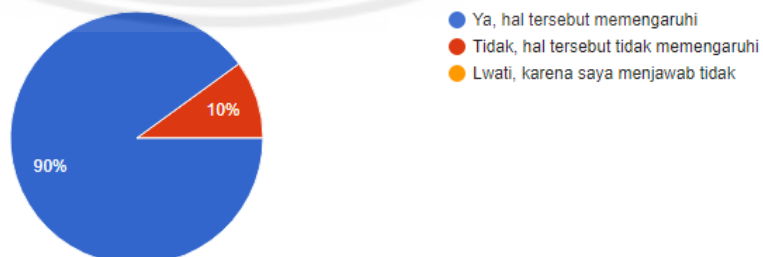
Meski begitu, hingga kini pihak Kawung Tilu masih terus mengupayakan hal tersebut. Salah satunya dengan merenovasi beberapa spot supaya tetap nyaman dan menjadi opsi destinasi wisata ideal.

Tidak mudahnya mempertahankan atau meningkatkan wisatawan pada suatu destinasi wisata, dapat dikaitkan pada beberapa penyebab, salah satunya karena daya tarik wisata (Widjianto, 2019). Pada destinasi Kawung Tilu sendiri, beragamnya fasilitas, lingkungan yang asri dan atraksi pendukung menjadi salah satu daya tarik yang menjadi faktor pengambilan keputusan dalam memilih Kawung Tilu sebagai destinasi wisata yang ingin dikunjungi. Hal tersebut dibuktikan oleh pra-survei dengan hasil 27 dari 30 responden penelitian atau sebanyak 90% responden pra-survei mengungkapkan bahwa hal tersebut memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung. Dapat dilihat pada gambar 1.3 dibawah.

Gambar 1.3 Hasil Pra-Survei Daya Tarik

Jika Ya, apakah daya tarik tersebut memengaruhi Anda dalam pengambilan keputusan untuk berkunjung kembali ke destinasi Kawung Tilu ini? [Salin](#)

30 jawaban



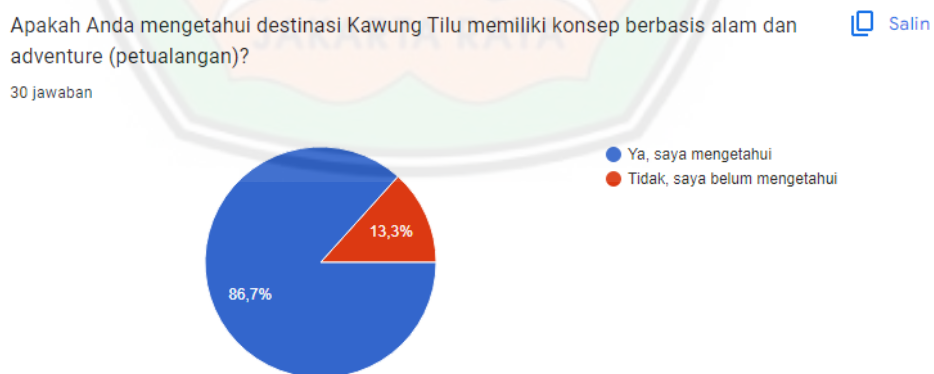
Sumber: Data Pra-Survei, 2023.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurbaeti, *et al.*, (2021)-pun ikut memperkuat pernyataan diatas, dengan judul “Pengaruh Daya Tarik

Wisata, Aksesibilitas, Harga, dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Obyek Wisata Danau Cipondoh, Kota Tangerang” menyatakan bahwa daya tarik wisata berpengaruh secara parsial terhadap minat pengunjung.

Pengenalan tempat melalui kesan, ide maupun konsep yang diusung oleh suatu obyek wisata menjadi salah satu ciri dari citra destinasi (Dr. I Gusti Bagus , 2021). Destinasi Kawung Tilu sendiri memiliki konsep wisata alam dan *adventure* sejak awal berdiri. Pengetahuan pengunjung akan tempat wisata yang akan dikunjungi dapat menjadi nilai tambah dalam pengambilan keputusan kunjungan wisatawan Hal ini diperkuat dengan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti dengan hasil 26 dari 30 responden atau sebanyak 86,7% responden pra-survei menyatakan mengetahui bahwa Kawung Tilu merupakan wisata berbasis alam dan *adventure*. Dapat dilihat pada gambar 1.4 dibawah.

Gambar 1.4 Hasil Pra-Survei Citra Destinasi



Sumber: Data Pra-Survei, 2023.

. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Sulistyafani & Sastrawan (2021) dengan hasil bahwa terdapat pengaruh antara citra destinasi wisata terhadap keinginan berkunjung bagi pengunjung.

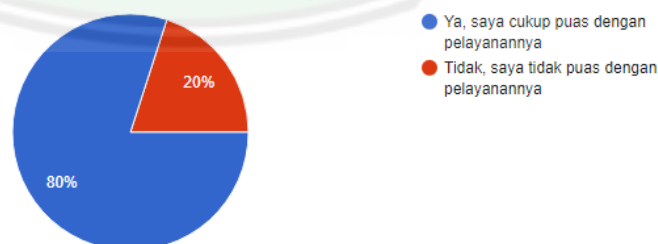
Destinasi wisata dengan kualitas pelayanan yang dapat diterima dan setara atau diatas ekspektasi pengunjung, dapat dikatakan sebagai kualitas layanan yang baik. Namun, apabila sebaliknya atau dengan kata lain layanan yang diberikan pada pengunjung dibawah ekspektasi pengunjung, dapat dikatakan bahwa kualitas layanan belum begitu baik (Panday & Nursal, 2021). Pada destinasi Kawung Tilu sendiri, pelayanan yang ramah dan solutif cukup memuaskan pengunjung. Hal ini dibuktikan oleh pra-survei yang dilakukan peneliti dengan hasil 24 dari 30 responden atau sebanyak 80% responden pra-survei menyatakan bahwa pelayanan staff Kawung Tilu ramah dan memuaskan. Dapat dilihat pada gambar 1.5 dibawah.

Gambar 1.5 Hasil Pra-Survei Kualitas Pelayanan

Apakah selama berkunjung, Anda merasakan keramahan dan puas dengan kualitas pelayanan dari staff destinasi Kawung Tilu ini?

[Salin](#)

30 jawaban



Sumber: Data Pra Survei, 2023.

Terkait kualitas layanan yang memiliki pengaruh pada keputusan berkunjung ulang juga diperkuat oleh referensi penelitian sebelumnya yang

dilakukan oleh Miskan (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pengunjung untuk kembali melakukan kunjungan.

Berdasarkan latar belakang dengan persoalan tersebut, penulis tertarik untuk dilakukannya penelitian berjudul “Pengaruh Daya Tarik, Citra Destinasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Studi pada Destinasi Kawung Tilu Bekasi”.

1.2. Rumusan Masalah

Apabila melihat latar belakang riset tersebut, maka riset dapat membahas beberapa hal, antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh antara daya tarik destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawungtilu Bekasi?
2. Apakah terdapat pengaruh antara faktor citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawungtilu Bekasi?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawungtilu Bekasi?
4. Apakah terdapat pengaruh antara variabel daya tarik, citra destinasi, kualitas layanan terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawungtilu Bekasi secara simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

Riset ini dimaksudkan guna:

1. Mengetahui pengaruh antara daya tarik destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawugtilu Bekasi
2. Mengetahui pengaruh antara faktor citra destinasi terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawugtilu Bekasi
3. Mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawugtilu Bekasi
4. Mengetahui pengaruh antara daya tarik, citra destinasi, kualitas pelayanan terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Kawugtilu Bekasi secara simultan

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Riset ini dilakukan sebagai wadah peningkat wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh dari daya tarik, citra destinasi, kualitas pelayanan suatu destinasi wisata terhadap minat berkunjung kembali bagi para wisatawan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Sebagai wadah dan bahan tambahan bagi perkembangan gagasan pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran. Serta sebagai salah satu syarat diperolehnya gelar sarjana manajemen.

2. Bagi Pengelola Obyek Wisata

Pihak pengelola destinasi wisata mendapatkan gambaran mengenai apa saja faktor yang dapat menyebabkan pengunjung dapat berkunjung kembali ke obyek wisata Kawungtilu Bekasi ini. Selain itu, setelah riset ini dilakukan, maka serangkaian inovasi guna perkembangan strategi destinasi wisata dapat dilakukan oleh pengelola.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Guna menambahkan pustaka referensi agar dapat digunakan sebagai bahan bagi mahasiswa mata kuliah manajemen, khususnya lingkup pemasaran dan kepada beberapa pihak yang memiliki kepentingan guna bahan riset sejenis.

1.5. Sistematika Tugas Akhir

Untuk memudahkan penulisan dalam penelitian ini, sistematika penulisan dibutuhkan dan akan dijabarkan sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang yang menjadi dasar riset, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat riset, dan sistematika tugas akhir.

BAB II. Telaah Pustaka

Bab ini memuat telaah teori, telaah empiris dari penelitian terdahulu (kajian empiris) yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III. Metode Penelitian

Bab ini berisikan metode penelitian antara lain desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan skala ukur, serta metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi hasil dari penelitian tiap-tiap variabel beserta pembahasannya terkait data-data yang diolah.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dengan hasil temuan yang sejalan dengan tujuan yang disebutkan pada bab 1, keterbatasan dan saran.

