

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kabupaten Sumba Barat provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki berbagai pariwisata yang baru di kembangkan dan dipromosikan ke mancanegara, pariwisata sumba barat memiliki berbagai wisata seperti wisata laut yang selalu diminati baik masyarakat lokal sampai luar negeri. Pariwisata sumba juga memiliki wisata daerah dimana menampilkan acara adat-istiadat seperti pasola, acara jual tenun kain adat sumba yang langsung dibuat dengan tangan khas masyarakat sumba yang disebut in-ina bagi masyarakat sumba barat. Wisata adat pasola merupakan adat yang setiap tahun diadakan, serta terdapat wisata pacuan kuda dimana masyarakat melatih dan melombakan kuda masyarakat. Kabupaten sumba barata provinsi Nusa Tenggara Timur saat ini sudah mulai diketahui oleh masyarakat luar, sehingga semakin banyak para wisatawan yang datang ke kabupaten sumba dan sering dilakukan promosi atau pengenalan wisata oleh wisatawan itu sendiri.

Keputusan berkunjung dianalogikan sama dengan keputusan pembelian, seperti penelitian yang dilakukan oleh Jalilvand & Samuel (2012) yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung wisatawan sama dengan keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian adalah proses pengintergrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk

mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter & Olson, 2000:162). Indonesia merupakan Negara Kepulauan terbesar di dunia, memiliki potensi alam, keanekaragaman flora dan fauna, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang semuanya itu merupakan sumber daya dan modal yang besar bagi industri kepariwisataan. Dimana pariwisata mempunyai peranan penting dalam membangun perekonomian Indonesia. Salah satu kontribusi penting yang diharapkan dari pembangunan pariwisata adalah peningkatan devisa dan perluasan kesempatan kerja. Kegiatan pariwisata merupakan sektor non-migas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian Negara (Yoeti, 2008:27).

Keputusan berkunjung terjadi dan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya produk wisata, *destination image*, dan *word of mouth*. Seperti yang dijelaskan menurut Pitana dan Ketut (2008:128) dalam Dewi (2013:2-17) mengungkapkan bahwa dalam pemasaran destinasi pariwisata terdiri dari beberapa komponen yaitu sebagai berikut: Atraksi Destinasi, Fasilitas Destinasi (Amenitas), Aksesibilitas, Image/Citra, dan Harga. Produk wisata merupakan salah satu unsur dari strategi pemasaran yang sangat penting sebab dengan melengkapi produk wisata diharapkan dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung atas produk yang ditawarkan pada kawasan wisata tersebut (Sutrisno:2013).

Pengembangan pariwisata dengan cara mempertahankan nilai-nilai kebudayaan daerah, sejalan dengan pendapat Stabler dan Goodall

(Sharpley, 2000: 1), pengembangan pariwisata berkelanjutan harus konsisten atau sejalan dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. (Sharpley, 2000:9-11) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah hubungan triangulasi seimbang antara tujuan wisata (area host) dengan habitatnya dan manusia, liburan paket pembuatan, dan industri pariwisata dimana tidak ada pemangku kepentingan dapat merusak keseimbangan. Semakin berkembangnya pariwisata tidak luput dari perhatian pemerintah dalam menanggulangi baik dari segi kebersihan dan tat tertib bagi wisatawan yang patut di taati dalam menjaga ekosistem. Perhatiann dari pemeritah, masyarakat dan wisatawan yang berkunjung sangat penting dalam menjaga pelestarian alam sehingga dapat di kelola secara baik dan dapat bermanfaat bagi masyarakat itu sendiri serta semakin meningkat pemasaran yang ada.

Saat ini pariwisata daerah sumba sedang banyak di gemari oleh para wisatawan, pariwisata yang disediakan daerah sumba berupa wisata air terjun, pantai, bukit-bukit, pengenalan rumah adat sumba dan acara adat yang biasa di lakukan berupa tenun kain khas daerah sumba. Wisata yang tersedia didukung dengan adanya akses yang baik menuju tempat wisata dan pelayanan yang di lakukan dan di terima oleh para wisatawan, mengenalkan wisata daerah dapat meningkatkan kunjungan wisatawan pada dearha sumba sehingga semakin pariwisata daerah sumba semakin dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Pada 2001, pariwisata telah menciptakan kesempatan kerja bagi 207 juta orang atau lebih dari 8% kesempatan kerja di dunia tahun 2005 meningkat yaitu menciptakan lapangan kerja bagi 305 juta orang (Pitana dan Gayatri, 2005:6). Dengan kata lain, multiplier effect yang timbul dari kegiatan pariwisata memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan di negara tersebut.

Bagi Indonesia, peranan pariwisata semakin terasa terutama setelah melemahnya peranan minyak dan gas. Meskipun demikian, nilai nominalnya dalam dollar sedikit mengalami fluktuasi. Dalam beberapa dasawarsa jumlah kunjungan wisata mancanegara (wisman) yang datang ke Indonesia menunjukkan trend yang naik. Tahun 1969, Indonesia hanya di kunjungi oleh 86. 067 wisman, kemudian meningkat menjadi 2.051.686 tahun 1990 dan 5.064.217 pada tahun 2000. Kedatangan wisman tersebut telah memberikan penerimaan devisa yang sangat besar kepada Indonesia. Pada tahun 2000, jumlah devisa yang di terima Indonesia sebesar 5,748.80 juta dollar AS (Santosa, 2001 dalam Pitana dan Gayatri, 2005:6).

Berbagai macam tempat wisata, daerah sumba patut untuk menjadi sorotan bagi masyarakat luas sehingga bukan hanya para wisatawan luar negeri yang dapat merasakannya namun wisatawan dalam negeri juga patut untuk mencoba. Oleh sebab itu, pengenalan pariwisata daera sumba saat ini di harapkan dapat meningkatkan wisatawan serta dapat mengenal keragaman wisata yang di sediakan daerah sumba dan dapat terlaksana secara nyata serta dapat mengembangkan pariwisata daerah sumba.

Pemerintah ikut serta dalam melakukan promosi dan pengenalan wisata sumba dan dapat di kembangkan menjadi lebih baik serta dapat membantu kebutuhan masyarakat dengan cara penyediaan tenaga kerja bagi masyarakat setempat yang dalam kategori kurang mampu baik dari segi kebutuhan maupun financial.

Studi penelitian yang di lakukan dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi Sebagai Upaya Peningkatan Wisatawan Dan Pengenalan Pariwisata Daerah Sumba. Daerah sumba merupakan tempat yang kurang di soroti oleh masyarakat luas, namun memiliki tempat wisata yang patut di kunjungi dengan itu adanya pengenalan pariwisata daerah sumba dengan menggunakan media elektronik sehingga dapat meningkatkan perekonomian dan pendapatan ekonomi asli daerah sumba.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, terdapat rumusan masalah penelitian berupa :

1. Apakah atribut produk wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada pada pariwisata sumba?
2. Apakah atraksi wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada pariwisata sumba?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada pariwisata sumba?

4. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan wisatawan pada pariwisata sumba?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian yang ingin di capai ialah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
2. Menganalisis pengaruh atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
3. Menganalisis citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
4. Menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan dapat di ambil manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi pemerintah

Dengan adanya pengenalan pariwisata daerah yang baik akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah sumba sehingga dapat mampu mensejahterakan dan dapat di kenal oleh masyarakat luas sehingga menarik para wisatawan.

## 2. Bagi masyarakat

Dengan adanya peningkatan wisatawan, akan tersedia lapangan kerja bagi masyarakat yang membutuhkan dan masyarakat akan lebih maju baik dari segi penghasilan dan budaya.

## 3. Bagi pembaca

Bagi pembaca, dengan adanya pengenalan wisata daerah akan membuat pembaca ingin mengetahui secara lebih terhadap wisata daerah serta penyediaan produk wisata serta penelitian dapat bermanfaat sebagai informasi dan pengetahuan seputar wisata daerah yang banyak di gemari wisatawan.

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I berisis tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab kajian teori berisi uraian tentang teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian berisi mengenai populasi dan sampel, jenis dan sumber data, hipotesis penelitian, variabel penelitian, dan metode analisis data.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis data dan pembahasan berisi penentuan sampel penelitian, hasil pengumpulan data, deskripsi responden, hasil pengujian data, hasil uji hipotesis.

### BAB V PENUTUP

Pada bab kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian.