

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menurut Ismayanti (dalam Riadi, 2019b) berdasarkan objek wisatanya terbagi menjadi beberapa jenis salah satunya yaitu wisata *ecotourism* atau ekowisata. Ekowisata merupakan suatu konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan yang konservatif sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat (Ditjen Pariwisata dalam Riadi, 2019a). Ekowisata juga merupakan suatu model wisata alam yang bertanggung jawab di daerah yang masih alami atau daerah yang dikelola secara alami yang memiliki tujuan untuk menikmati keindahan alam dengan melibatkan unsur pendidikan serta dukungan terhadap usaha konservasi dan meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat setempat (Suprayitno dalam Riadi, 2019a).

Definisi ekowisata yang pertama diperkenalkan oleh organisasi *The Ecotourism Society* (Arida, 2017) mengemukakan bahwa ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Waktu ke waktu, perkembangan pariwisata juga mengakibatkan banyaknya wisatawan yang semakin tertarik untuk mengunjungi area yang masih alami atau asri. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah memberikan definisi ekowisata yaitu kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggung jawab dengan memerhatikan unsur pendidikan, pemahaman dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumber daya alam serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal.

Sejalan dengan yang dipaparkan oleh Nias (Ramadhani, 2018) bahwa ekowisata merupakan pariwisata berkonsep pada ekologi lingkungan dengan tetap mempertahankan keasrian wilayahnya yang bersifat berkelanjutan dan memiliki tujuan untuk membantu perekonomian juga partisipasi masyarakat sehingga

manfaatnya mampu dirasakan oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Maka, dengan keindahan alam yang tersedia dan juga dapat dimanfaatkan dengan baik sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya karena faktor motivasi wisatawan itu sendiri. Pada saat terjadi pandemi Covid-19 pun wisata *ecotourism* telah menjadi solusi untuk berwisata dan menjadi tren berwisata saat pandemik (Lubis, 2020).

Berbicara mengenai motivasi, maka berbicara mengenai sikap dan peran psikologis yang menyertainya. Ketika seseorang melakukan ekowisata, artinya orang tersebut sudah mempunyai alasan yang mendasari atau menggerakkannya melakukan ekowisata. Ajzen dan Fishbein (dalam Lee dan Kotler, 2011: 198) mengembangkan teori motivasi yang bernama *theory of reason action* dimana minat seseorang ditentukan oleh kepercayaan individu atas perilaku yang digunakan dan persepsi individu atas pandangan orang terdekat.

Kata dasar dari ekowisata adalah wisata yang mengandung arti tindakan perjalanan yang dilakukan individu atau sekelompok orang dengan tujuan mengunjungi tempat wisata guna kegiatan rekreasi. Rekreasi adalah tindakan yang menyenangkan atau membuat seseorang menjadi segar kembali, setelah besar hari-harinya diisi oleh kerja atau rutinitas lainnya yang melelahkan. Dengan berwisata, memberikan dampak terhadap fisik dan psikologis orang menjadi lebih baik. Berdasarkan hal tersebut dapat terlihat bahwa elemen utama atau motivasi dasar dari kegiatan ekowisata adalah rekreasi/perbuatan menyenangkan diri sendiri.

Indikasi kedua yang menjadi faktor motivasi bagi kegiatan ekowisata adalah nilai-nilai yang ditawarkan oleh pengelola ekowisata tersebut. Terdapat berbagai macam jenis wisata dimulai dari wisata budaya, ziarah, hingga alam. Setiap jenis wisata ini menawarkan nilai yang berbeda. Tidak ada jenis wisata yang lebih unggul dibandingkan dengan wisata lainnya.

Berbagai macam elemen yang mempengaruhi nilai pelanggan dapat tergambar dari tingkat kunjungan. Salah satu daya tarik untuk meningkatkan motivasi berkunjung adalah ketika tempat wisata tersebut mampu memberikan pengalaman yang diinginkan dimana semakin sesuai pengalaman yang didapatkan, semakin puas wisatawan (Wiradiputra & Brahmanto, 2016: 13). Dapat dikatakan

terpenuhinya motivasi yang diinginkan oleh wisatawan, akan semakin puas persepsi wisatawan atas tempat tersebut. Fluktuasi kunjungan pada wisata tertentu adalah hal yang wajar. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dapat diprediksi, namun interaksi faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi kunjungan adalah hal yang mustahil. Jika tren kunjungan semakin meningkat, dapat diindikasikan bahwa motivasi wisatawan untuk kembali berkunjung tersebut tinggi, namun jika tren kunjungan adalah menurun, maka hal tersebut dapat menjadi gejala awal motivasi kunjungan yang rendah.

Peneliti tertarik untuk meneliti suatu destinasi ekowisata. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa saat ini ekowisata telah diprediksi sebagai tren pariwisata dan banyak diminati oleh semua kalangan wisatawan di dunia khususnya di negara Indonesia (Suprayitno dalam Riadi, 2019a). Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki banyak kekayaan alam dan budaya dari berbagai kepulauan atau daerahnya. Sehingga hal ini membuat Indonesia mempunyai daya tarik tersendiri dalam pariwisata salah satunya yaitu ekowisata. Salah satu destinasi ekowisata di Indonesia terletak di daerah Lembang (Lubis, 2020). Lembang merupakan suatu kawasan yang memiliki banyak destinasi wisata khususnya dalam ekowisata salah satunya yaitu The Lodge Maribaya yang berlokasi di Jl. Maribaya, Cibodas, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Damanik dan Weber (Machdalena et al., 2018) juga mengungkapkan sebuah teori yang mengklasifikasikan destinasi wisata ini merupakan sebuah pengembangan sumber daya alam menjadi daya tarik yang sangat istimewa, pemandangan indah dan juga memiliki udara segar yang nyaman. Berikut ini merupakan tabel data kunjungan empat tahun terakhir di ekowisata The Lodge Maribaya.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan yang Mengunjungi The Lodge Maribaya 2019-2022

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1.	2019 (Januari – Desember)	17.290
2.	2020 (Januari – Desember)	4.060
3.	2021 (Januari – Desember)	2.380
4.	2022 (Januari – April)	1.260

Sumber: Tim HRD The Lodge Maribaya, 2022

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, mengenai jumlah wisatawan yang mengunjungi The Lodge Maribaya dalam kurun waktu empat tahun terakhir tepatnya tahun 2019-2022 menunjukkan bahwa wisatawan yang datang mengalami penurunan dalam 4 tahun. Pandemi Covid-19 memang mempengaruhi kunjungan wisata ke The Lodge Maribaya. Hal tersebut terbukti dari data tahun 2019 hingga tahun 2021. Namun, sejak pertengahan tahun 2021 hingga sekarang, aturan PPKM/PSBB tidaklah seketat tahun-tahun sebelumnya dengan berhasilnya program vaksinasi sehingga angka penularan dan kematian akibat Covid-19 mengalami penurunan. Melihat penurunan tersebut, ada potensi dipengaruhi oleh motivasi wisatawan dalam melakukan kunjungan ke The Lodge Maribaya.

Ada beberapa dimensi motivasi dalam ekowisata, antara lain pengembangan diri, hubungan interpersonal dan fungsi pertahanan ego, membangun hubungan pribadi, melarikan diri, apresiasi alam dan penghargaan. Ada juga tiga segmen ekowisata yang berbeda berdasarkan motivasi mereka yaitu *nature, reward and escape* dan *multiple motives* (Carrascosa-lópez, 2019). Sedangkan dalam penelitian Amuquandoh (2017) mengungkapkan bahwa ada empat motivasi utama wisatawan yang mengunjungi tempat ekowisata yaitu petualangan, pendidikan, pelarian dan interaksi sosial serta ada tiga segmen motivasi yang berbeda diidentifikasi di antara para pelanggan dengan mereka yang mencari petualangan dan pengetahuan yang menjadi mayoritas.

Dalam penelitian Hu dan Lu (2014) mengungkapkan bahwa motif wisatawan untuk berpergian dipengaruhi juga oleh faktor pendorong dan penariknya. Faktor pendorong wisatawan untuk mengunjungi ekowisata yaitu “rekreasi dan pencarian pengetahuan”, “menghargai satwa liar atau vegetasi yang terdapat di tempat wisata” dan “merasa dekat dengan alam” sedangkan faktor penarik sebagian besar serupa dengan faktor umum seperti kelimpahan satwa liar atau vegetasi, ketersediaan spesies hewan yang berbeda, ketersediaan spesies tumbuhan yang berbeda, hutan belantara, pemandangan indah dan lingkungan yang damai atau tenang (Ngonidzashe et al., 2017).

Dalam penelitian Giddy dan Webb (2016) motivasi menggunakan pendekatan faktor pendorong dan penarik yang menunjukkan bahwa lingkungan memainkan peran penting dalam menarik wisatawan menuju tujuan tertentu. Hal

itu dikarenakan karena wisatawan akan berinteraksi dengan alam atau lingkungannya sehingga lingkungan itu penting untuk memengaruhi baik dalam motivasi serta pengalaman wisatawan di ekowisata.

Selain hal di atas, faktor lain yang mendorong tingkat motivasi kunjungan wisata adalah faktor ekonomi, kelembagaan, keamanan, dan fasilitas (Wiyandhita dan Koswara, 2017). Hampir semua elemen di atas mempunyai uraian negatif dari pelanggan. Berikut ini adalah sebagian kecil kategori uraian negatif atau keluhan yang disampaikan oleh pelanggan mengenai *The Lodge Maribaya* dalam 3 tahun terakhir:

Tabel 1.2 Komentar Negatif Pelanggan/Wisatawan pada *The Lodge Maribaya* Tahun 2019-2022

No	Faktor Motivasi	Jumlah Komentar Negatif	Contoh Komentar Negatif	Persentase
			Oleh Toni Wijaya	
1	<i>Nature</i>	2	Terlalu mahal. Tidak sepadan. Alamnya biasa saja. Tidak banyak hal yang dapat dilakukan di tempat ini.	1,4%
			Oleh Yohanes Hosea	
2	<i>Reward and escape</i> (melepaskan penat)	13	Tempat ini tidak dikelola dengan baik walaupun pemandangan bagus. Kerumunan mengerikan, atrian panjang, dan jalan menuju kesana sempit dan tidak mulus.	9,3%
			Oleh Rolan Prima	
3	Mencari pengetahuan	1	Ketika anda masuk, sial, begitu penuh orang dan sampah dimana-mana. Terasa seperti di pasar loak daripada tempat bersantai. Tidak tahu harus berkata apalagi untuk mengungkapkan kekecewaan saya selain memberikan satu bintang.	0,7%
			Oleh Jessica	
4	Ekonomi	75	<i>Expensive. 50 k per person, only have attraction for taking pictures and need to pay more.</i>	53,57%

<i>Nothing to see</i>				
Oleh Arif Satriya				
5	Kelembagaan	24	Kecewa. Saat itu pada tanggal 13 April 2019, hujan turun. Kami datang berkelompok dari 36 orang. Kami tidak masuk dan bernegosiasi dengan layanan pelanggan dan manajer apakah bisa mendapatkan penggantian tanggal atau pengembalian tiket. Tapi mereka tidak memberikan solusi. Hanya mendapatkan snack dan minuman yang sudah termasuk dalam harga tiket. Dan kami kecewa dengan kualitas makanan yang diberikan dan sepertinya sudah kadaluarsa.	17,14%
Oleh Gary Wiryawan				
6	Keamanan	2	Pacar saya didorong oleh kru ketika mencoba sepeda gantung, itu sangat berbahaya dan staf disana bercanda mengenai keselamatan sementara pacar saya terluka saat mencoba bertahan agar tidak jatuh dari tebung. Sayang sekali. Jangan kunjungi tempat ini.	1,4%
Oleh Bram Tiomendunia				
7	Fasilitas	23	Tempat yang bagus, tetapi dinilai tidak baik untuk tempat parkir mereka yang kacau dan mengerikan. Saya tidak bisa parkir dengan lancar disana, preman parkir terlalu banyak untuk tempat wisata yang sangat kecil dan mahal. Resto mahal dan manajemen buruk untuk menangani semua foto yang diambil oleh staf mereka.	16,43%
Total		140		100%

Dari sekian ratus uraian negatif yang dilontarkan oleh wisatawan, mayoritas diantaranya memberikan *rating* dengan angka 1. Faktor yang paling tinggi adalah permasalahan harga yang tidak sesuai dengan fasilitas, kemampuan

melepaskan penat, dan kelembagaan. Akses menuju The Lodge Maribaya sangat jauh sehingga wisatawan mengharapkan dapat melepaskan penat, namun ternyata pengelola tidak mampu mengatasi antrian, fasilitas tempat duduk yang tidak memadai, fasilitas makan yang tidak baik, tanggapan kepada wisatawan yang kurang responsif, tempat berteduh di saat hujan yang minim, dan banyak hal dibebankan tarif, seperti dilarang membawa kamera, dilarang mengambil gambar, harus menyewa fotografer, namun hasil fotonya juga dikenakan biaya lagi.

Berdasarkan uraian negatif atau keluhan wisatawan dan *rating* yang diberikan wisatawan dapat mengindikasikan adanya keterkaitan antara motivasi ekowisata terhadap kepuasan wisatawan. Kepuasan adalah suatu pernyataan atas kemampuan produk dalam memenuhi keinginannya (Alvianna, 2017). Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan wisatawan dapat terjadi setelah wisatawan tersebut merasakan sendiri. Penurunan tingkat kepuasan, gejalanya dapat dikenali dari adanya penurunan tingkat kunjungan pelanggan. Dengan sejumlah ulasan negatif tersebut dapat mengindikasikan adanya keterkaitan antara motivasi dan kepuasan wisatawan sebagaimana teori Astini dan Sulistyowati (2015) yang mengatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Ulasan negatif dari sejumlah wisatawan mengindikasikan adanya fenomena gunung es yang ditandai dari sejumlah orang yang memberikan tanda *like* pada ulasan negatif tersebut Pemberian tanda *like* tersebut dapat menjelaskan *silent complaint* dan berpotensi mengandung permasalahan mengenai motivasi dan kepuasan wisatawan yang dapat digali lebih dalam.

Dukungan dari teori Astini dan Sulistyowati (2015) menunjukkan adanya hubungan antara motivasi ekowisata dan kepuasan wisatawan. Namun, hasil tinjauan literatur pada penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak pasti. Berikut ini adalah temuan penelitian terdahulu:

Tabel 1.3 Gap Riset

No	Peneliti	Hasil
1.	Khumeini, Hidayah, dan Wahyuni (2019)	Motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
2.	Ummasyroh, Bustan, dan Hamid (2017)	Motivasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
3.	Martaleni (2012)	Motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
4.	Putri, Radjah, Pidada,	Motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

	dan Herman (2022)	namun koefisien determinasi hanya 7,2%
5.	Setyaningsih dan Murwatiningsih (2017)	Motivasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan
6.	Pujiastuti, Utomo, dan Hidayati (2022)	Motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat dijelaskan kembali tentang tidak solidnya hasil yang menunjukkan keterkaitan antara motivasi wisatawan dengan kepuasan wisatawan. Terdapat empat riset yang menemukan motivasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan dan dua riset yang menyatakan motivasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Namun, dari empat penelitian yang menunjukkan peran motivasi terhadap kepuasan, ada satu penelitian yang menghasilkan persentase pengaruh yang rendah, yakni hanya sebesar 7,2% sehingga sulit untuk menyatakan dengan sangat yakin jika motivasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Seperti yang diungkapkan oleh Martaleni (2012) bahwa ketika suatu daerah ekowisata mampu memenuhi aspek motivasi yang dicari oleh wisatawan (relaksasi, ketenangan, kebersamaan dengan keluarga, kontak dengan alam, dsb), maka akan semakin puas wisatawan. Artinya, motivasi akan selalu mempunyai korelasi dengan kepuasan, tergantung kemampuan suatu tempat wisata dalam memenuhi ekspektasi wisatawan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran sebagai masukan untuk pengelola agar lebih meningkatkan kualitas dari semua aspek atau variabel yang terlibat di dalam destinasi. Dengan alasan yang demikian, penulis akan melakukan penelitian mengenai **Pengaruh Motivasi Ekowisata Terhadap Kepuasan Wisatawan di Ekowisata The Lodge Maribaya.**

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu:

1. Bagaimana motivasi ekowisata wisatawan di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya?
2. Bagaimana kepuasan wisatawan dalam berwisata di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya?
3. Bagaimana pengaruh motivasi ekowisata terhadap kepuasan wisatawan di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya?

1.2 Tujuan Penelitian

Uraian atas fenomena, permasalahan, dan gap riset, menghasilkan beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Dapat mengidentifikasi motivasi ekowisata wisatawan di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya.
2. Dapat mengidentifikasi kepuasan wisatawan dalam berwisata di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya.
3. Dapat menganalisis pengaruh motivasi ekowisata terhadap kepuasan wisatawan di kawasan ekowisata The Lodge Maribaya.

1.3 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini akan memiliki manfaat secara akademik dan praktis:

1. Manfaat Akademik

Temuan studi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian di masa depan dengan memberikan informasi atau pemahaman baru bagi mahasiswa dan fakultas di Universitas Pendidikan Indonesia, khususnya Program Studi Manajemen Resort dan Leisure.

2. Manfaat Praktis

a. Harapan untuk Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman secara personal dan menambah wawasan mengenai bidang pariwisata yang diaplikasikan secara langsung.

b. Harapan untuk Pengelola Kawasan

Penelitian ini hendaknya bisa menjadi masukan yang berguna untuk diaplikasikan di ekowisata The Lodge Maribaya serta dapat memberikan informasi terkait bagaimana pengaruh motivasi wisatawan terhadap kepuasan dalam berwisata.

c. Harapan untuk Masyarakat

Penelitian ini hendaknya bisa meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga dan memelihara kawasan ekowisata The Lodge Maribaya.

d. Harapan untuk Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam mengkaji kebijakan dan menjadi masukan dalam mengembangkan kawasan ekowisata The Lodge Maribaya.

e. Harapan untuk Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pemberi informasi mengenai tempat ekowisata The Lodge Maribaya sebagai salah satu kawasan wisata di Jawa Barat dan dapat menjadi sumber data bagi peneliti selanjutnya.