

# **BAB I**

## **PENDAHIJLUAN**

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

Krisis perekonomian yang tengah terjadi di Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 tak dapat dipungkiri masih menyisakan dampak yang tak kunjung teratasi hingga awal tahun 2001 sekarang ini. Bangsa ini telah dipaksa untuk kembali hidup dalam segala keterbatasan, dan serasa tak pernah mampu keluar dari bingkai- bingkai pembatas.

Pemerintahan baru yang begitu dapat dipercaya oleh rakyat telah terbentuk, harapan-harapan baru juga telah banyak tumbuh di hati rakyat yang merindukan adanya kesejahteraan. Suatu kenyataan yang tidak dapat dihindarkan, rakyat kembali terjerat dalam krisis yang berkepanjangan dan seolah tidak akan pernah berakhir.

Kerusuhan demi kerusuhan saling susul, dengan latar belakang idiologis politis dengan menggesekkan kepentingan ataupun fanatisme kedaerahan antar etnis yang kadang sangat tidak logis. Berita terkini adalah kerusuhan di Sampit, Kota Waringin Timur yang oleh media masa diberitakan menjadi Sambasnya Kalimantan Tengah, sementara itu kerusuhan Ambon maupun Aceh belum juga teratasi ditambah lagi meledaknya perang Afganistan yang dimotori oleh Osamah bin laden, secara tidak langsung hal ini mempengaruhi kegiatan perekonomian dunia. Hal-hal semacam itu menurut perkiraan penulis tentu akan menimbulkan persepsi dari para calon wisatawan khususnya wisatawan asing, bahwa Indonesia sudah tidak layak

untuk dikunjungi dikarenakan Indonesia sudah tidak aman lagi, Indonesia telah kehilangan keramahan maupun kenyamanannya.

Bahkan perkembangan terkini di bidang sosial dan politik justru menumbuhkan kekhawatiran baru akan munculnya krisis episode ke dua. Memang krisis yang dihadapi sudah merupakan krisis yang bersifat multidimensi, sehingga upaya untuk bangkit dari dampak krisis amat sulit, berat, dan kompleks. Sementara itu, negara-negara yang pernah mengalami krisis yang sama, seperti Korea Selatan, Thailand, Filipina, dan Malaysia, hampir semuanya sudah menunjukkan perkembangan yang baik (Ave, 2001).

Rentannya stabilitas sosial dan politik dalam negeri sekarang ini, menyebabkan rentannya pula minat investor untuk dalam maupun luar negeri, sehingga upaya untuk memacu percepatan pemulihan, pembangunan dan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan arus investasi menjadi terhambat. Masyarakat Bali yang merupakan masyarakat yang berada pada daerah tnjnan wisata terbesar di Indonesia telah membuktikan bahwa keamanan wisatawan, yang menjadi faktor terbesar dari pariwisata tidak bisa didapatkan hanya dari jaminan pemerintah di daerah tujuan wisata (DTW), tetapi terutama adalah jaminan dari masyarakat setempat (Kompas, 25 Juni 1999).

Jumlah wisatawan yang masuk ke Indonesia melalui 13 pintu wisata, pada dua bulan Februari Maret tahun 2001 mengalami penurunan di banding bulan Januari 2001 sebesar 10,79% yaitu dari 330,100 menjadi 294,500. Dijelaskan oleh Mukeno, penurunan wisman dalam dua bulan terakhir ini disamping karena faktor mu'sim *flow*

*season*) juga karena berkurangnya rasa aman yang disebabkan oleh maraknya demonstrasi dan kerusuhan di beberapa tempat yang berpengaruh pada citra Indonesia (Kedaulatan Rakyat, 4 april 2001).

Industri pariwisata menurut Ross (1994) sekarang telah menjadi salah satu industri utama di dunia, yang mempekerjakan penduduk yang cukup besar di negara seperti Australia. Sektor pariwisata sebagai satu sektor strategis pembangunan dalam 10 tahun terakhir ini mampu menunjukkan kinerja sebagai sektor yang semakin prospektif dan handal dalam menopang pembangunan perekonomian nasional. Karena pertumbuhannya yang sangat pesat dan didukung oleh ketersediaan sumber daya yang besar, sektor pariwisata pada tahun 1997 mampu melesat dan menempatkan posisinya sebagai penyumbang devisa terbesar ketiga setelah migas dan tekstil dengan nilai penerimaan sebesar 5,4 milyar dollar AS atau setara dengan Rp.18,9 trilyun pada kurs \$1 AS = Rp 3.500. Penerimaan tersebut memberikan kontribusi sebesar 9,61 persen terhadap pendapatan nasional serta menyerap angkatan kerja nasional sebesar 8 persen (sebesar 6,6 juta tenaga kerja). Atas dasar kinerja yang mengagumkan tersebut, pemerintah menetapkan pariwisata sebagai sektor andalan yang diharapkan mampu menyumbangkan devisa terbesar nasional menggantikan sektor migas pada akhir tahun 2004 (Ave, 2000).

Sungguh suatu tekad yang realistis dan tidak berlebihan karena apabila melihat perkembangan industri pariwisata dalam konteks global, yang ada adalah kemajuan yang pesat dan prospek yang sangat menjanjikan. Berbagai analisis menyebutkan, pariwisata akan menjadi industri terbesar dengan pertumbuhan paling

pesat dalam perekonomian jasa, dan akan menjadi penggerak utama perekonomian dunia abad ke-21 bersama-sama dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi. *World Tourism Organisation* (1998) juga memperkirakan bahwa mobilitas wisatawan dunia akan mencapai angka 900 juta wisatawan pada tahun 2004, dimana kawasan Asia Pasifik (termasuk Indonesia di dalamnya) akan menjadi kawasan tujuan wisata utama yang mengalami pertumbuhan paling tinggi di antara kawasan-kawasan lain di dunia.

Perubahan-perubahan faktor sosio-ekonomi dan transisi demografi bagaimanapun juga akan memberikan pengaruh yang sangat berarti terhadap perkembangan sektor pariwisata dalam negeri. Sebagai contoh, adanya perubahan pola sosial sebagai akibat perubahan menuju ekonomi yang berbasis iptek (*knowledge-based economy*) akan menyebabkan tumbuhnya gaya hidup berbisnis dan sekaligus berlibur (*business and leisure*), keduanya merupakan faktor pendorong penting bagi pesatnya sektor kepariwisataan dunia termasuk didalamnya Indonesia.

Di sisi lain perkembangan dan kemajuan yang revolusioner di bidang ilmu dan teknologi, khususnya kemajuan di bidang industri perjalanan (*travel*), transportasi/perhubungan (*transportation*), telekomunikasi (*telecommunication*) serta teknologi informasi (*information technology*), semakin mengukuhkan prospek luar biasa industri pariwisata di berbagai kawasan didunia.

Sumber data yang sama menjelaskan seberapa signifikan peran sektor pariwisata terhadap struktur perekonomian dunia, hasil penelitian *World Travel and Tourism Council* (1997), menunjukkan bahwa saat ini pariwisata telah menjadi

penyumbang terbesar bagi pertumbuhan ekonomi dunia, yaitu mencapai 10,9 persen dari GDP (*gross domestic product*) dunia; menyerap lapangan kerja sebesar 10,7 persen dari jumlah penduduk dunia; satu dari delapan pekerjaan di industri pariwisata atau menciptakan sekitar 125 juta kesempatan kerja langsung maupun tak langsung pada tahun 2005, Ave (Kompas, 28 juni 2000). Banyak negara di dunia yang berpaling dan berlomba membangun industri pariwisatanya untuk ikut ambil bagian dalam kompetisi memperebutkan potensi pasar global yang amat besar, karena sedemikian prospektifnya industri pariwisata.

Kecenderungan dan prospek yang sangat cerah ini seharusnya dilihat sebagai peluang yang dapat dimasuki untuk mengangkat peran sektor pariwisata dalam ikut mengentaskan bangsa dari persoalan krisis yang berkepanjangan. Namun sangat disayangkan karena pada kenyataannya peran strategis sektor pariwisata tersebut tidak mendapat porsi dan dukungan yang nyata untuk ikut memulihkan perekonomian nasional. Padahal dalam banyak pengalaman peran pariwisata sebagai agen pembangunan (*agent of development*) sudah dapat dibuktikan dari tumbuh dan berkembangnya daerah-daerah yang semula tidak berkembang (*under-developed*) menjadi daerah-daerah yang maju dan sumber pendapatan asli daerah (PAD) yang besar di berbagai wilayah Nusantara, seperti Bali, Lombok, Bintan, Bukittinggi, Sulawesi Utara (Bunaken), dan sebagainya Ave (2000).

Oleh karena itu untuk mendorong peran riil sektor pariwisata sebagai agen pembangunan dan lebih khusus lagi peran strategis dalam pemulihan ekonomi, yang diperlukan adalah komitmen pemerintah terhadap peranan tersebut, Pemerintah harus

menciptakan iklim dan suasana kondusif yang memungkinkan mata rantai industri pariwisata bergerak kembali sehingga mampu berkontribusi secara efektif dalam ikut menggerakkan perekonomian nasional dan perekonomian di tingkat lokal.

Hal inilah yang sampai saat ini masih belum terkondisi dan dipahami secara baik oleh pihak-pihak yang duduk sebagai penyelenggara pemerintahan. Tingkat urgensi sektor pariwisata sebagai sektor yang mampu berperan taktis dalam pemulihan pun belum mampu dilihat secara nyata. Kesenjangan atau ketidaksamaan cara pandang dalam melihat posisi dan peran penting pariwisata dalam struktur perekonomian nasional ini harus dijelaskan dan dipertahankan.

Persamaan persepsi harus dimiliki untuk melihat bahwa sektor pariwisata sebagai *hospitality industry* adalah bisnis yang sangat unik dan tidak biasa (*unusual*) serta memiliki keterkaitan multisektoral yang sangat tinggi, sehingga penanganan yang konvensional dan tidak peka terhadap aspek-aspek pendukung yang perlu diciptakan bagi berlangsungnya kegiatan pariwisata, tidak akan ada artinya sama sekali.

Perkembangan pariwisata di Indonesia dimulai sejak tahun 1919 pada pemerintahan Hindia Belanda, Rudisatuti (2000). Hingga sekarang telah banyak melahirkan permasalahan dan untuk melihat permasalahan pariwisata di Indonesia, sebenarnya bisa mengacu pada seminar yang diselenggarakan dalam rangkaian *Bali Travel Mart (BMT)*, forum sehari bertema "*What's News, What's New and What's Next*". Survei sementara yang dilakukan di Bali melalui kuisioner terhadap 750 wisatawan mancanegara (*wisman*) menunjukkan bahwa sekitar 99% wisatawan

menyatakan ingin kembali ke Bali. Ini merupakan salah satu bukti sementara yang merefleksikan rasa nyaman dan aman wisatawan di Bali, meskipun saat itu negara kita tengah mengadakan PEMILU (Kompas, 25 Juni 1999). Pada laporan akhir penelitian wisatawan manca yang meninggalkan Indonesia, dapat ditarik kesimpulan bahwa Indonesia sebagai daerah tujuan wisata internasional masih cukup menarik, tercermin dari cukup besarnya maksud kunjungan berlibur dan frekuensi berkunjung ulang. Pada penelitian tersebut menggunakan responden berjumlah sebanyak 5.963 orang, dengan rincian 55,94% merupakan kunjungan pertama dan 44,06 merupakan kunjungan ulang. Kunjungan ulang tersebut dilakukan karena mereka memperoleh pelayanan yang memuaskan dan adanya kesan baik yang mereka peroleh dari masyarakat Indonesia. Dibuktikan dengan hasil penelitian 79,12% memiliki kesan yang baik tentang kepariwisataan Indonesia.

Selain itu keinginan mereka kembali berwisata ke Indonesia dikarenakan faktor-faktor psikologis, yaitu mereka mendapatkan pengalaman-pengalaman yang menyenangkan ketika mereka berwisata di Indonesia. Hal ini menyangkut keramahan, kenyamanan dan keamanan dari masyarakat Indonesia, yang mereka dapatkan dari hasil evaluasi terhadap kondisi yang sesungguhnya di Indonesia.

Dalam penelitian ini, pemilihan pengaruh persepsi wisatawan, di karenakan persepsi merupakan variabel psikologis yang paling dianggap berkompeten dalam menghubungkan antara realita dengan proses pengambilan keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali, Juga dikarenakan masih sedikitnya penelitian tentang

persepsi wisatawan, sedangkan persepsi mempengaruhi bagaimana terjadinya kesan pertama.

Melihat semakin buruknya persepsi negara asing terhadap Kenyamanan, keramahan dan keamanan yang ada di Indonesia, dibuktikan dengan pelarangan-pelarangan oleh sebagian negara kepada warganya untuk mengunjungi atau berwisata ke Indonesia, maka perlu kiranya untuk dilakukan perbaikan terhadap hal - hal yang memperburuk citra pariwisata Indonesia yang notabeneanya merupakan sektor andalan dalam pengumpulan valas. Perlu kiranya untuk diadakan lebih banyak lagi studi untuk peningkatan pariwisata di Indonesia, seperti penelitian - penelitian yang menghubungkan antara masalah-masalah Psikologis dengan kepariwisataan. Hal ini disebabkan oleh latarbelakang permasalahan - permasalahan kepariwisataan tersebut sangat berkaitan dengan variabel-variabel Psikologi.

Indonesia sebagai negara yang kaya akan potensi-potensi kepariwisataan, diantaranya wisata alam dan budaya, tidak mungkin hanya tinggal diam begitu saja. Seiring dengan berlakunya Otonomi daerah, daerah-daerah yang memiliki potensi kepariwisataan telah mulai melakukan banyak persiapan dan pembenahan di sektor pariwisata sebagai sarana untuk memperoleh devisa bagi daerahnya, dan salah satu dari daerah tersebut adalah Jogjakarta. .

Jogjakarta yang pada jaman dahulu merupakan pusat kerajaan Mataram, sampai saat ini kehidupan masyarakatnya (penduduk asli) masih banyak yang berorientasi pada budaya keraton. Pola budaya masyarakat Yogyakarta tersebut telah



membentuk citra Yogyakarta sebagai kota wisata dan budaya (*culture tourism*) yang sangat dominan Obyek-obyek wisata maupun galeri-galaeri seni rupa dan hasil kerajinan rakyat yang khas semakin memperkuat citra kota wisata budaya.dapat kita lihat misalnya Taman Sari (kolam pemandian keluarga istana pada zaman dahulu), keraton Yogyakarta, musium Efendi, Sonobudoyo, Studio Tari Bagong Kusudiharjo, Pusat Kerajinan Perak Kota Gede dan sebagainya.Selain itu Yogyakarta dekat dengan objek-objek wisata terkenal seperti Candi Borobudur dan Candi Prambanan dengan Ramayana Baletnya serta Candi-Candi lain di sekitar Prambanan (Badan Koordinasi Penanaman Modal D.I.Y, 1993).

Data dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta, dalam Analisis Karakteristik Dan Belanja Wisatawan Mancanegara di D.I.Y (Dinas pariwisata, 2000), mayoritas wisman menyatakan bahwa kunjungan mereka ke Yogyakarta adalah merupakan kunjungan yang pertama (67%), sementara sisanya menyatakan sebagai kunjungan yang kedua (16%), ketiga (9%) dan lebih dari tiga kali (8%). Secara uraum persepsi wisman terhadap Jogjakarta sebagai sebuah daerah tujuan wisata tergolong baik.

Setelah melakukan eksplorasi terhadap Jogjakarta, maka sebagian besar wisman menyatakan akan merekomendasikan Yogyakarta untuk dikunjungi, baik kepada teman, keluarga atau kerabatnya. Bahkan sebagian menyatakan akan melakukan kunjungan ulang ke Yogyakarta, hal ini perlu diantisipasi dengan melakukan pengembangan dalam berbagai aspek kepariwisataan.

## B. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui secara empirik apakah ada pengaruh antara persepsi keramahan masyarakat objek wisata terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan ke objek wisata yang pernah dikunjungi di Yogyakarta.

## C. Manfaat penelitian

1. Memberikan kontribusi secara teoritis bagi pengembangan disiplin ilmu Psikologi sosial yang menyangkut keramahan masyarakat objek wisata terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan, dan Psikologi industri terkait dengan industri pariwisata.
2. Memberikan masukan praktis yang berarti bagi kepariwisataan Indonesia pada umumnya dan Yogyakarta pada khususnya, dalam pengembangan industri pariwisata untuk mensikapi adanya otonomi daerah.

## D. Originalitas Penelitian

Dalam penelitian-penelitian terdahulu tidak ditemukan penelitian yang menggunakan variabel yang sama. Pada penelitian terdahulu lainnya ada yang menghubungkan antara perilaku dengan pariwisata yaitu:

Soetomo (1992), menulis tentang perilaku wisatawan dalam interpretasi masyarakat objek wisata. Penelitian tersebut menyoroti tentang identifikasi tanggapan masyarakat di lokasi objek wisata terhadap perilaku wisatawan dan faktor yang

melatarbelakangi terjadinya tanggapan tersebut Juga mengungkap proses interpretatif dari warga komunitas lokasi objek wisata terhadap situasi yang dihadapi.

Selain itu ada hal lain yang membedakan penelitian ini, pada penelitian Soetomo (1992) metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pada penelitian pengaruh persepsi wisatawan tentang keramahan masyarakat objek wisata terhadap intensi berkunjung kembali wisatawan di Yogyakarta menggunakan metode penelitian kuantitatif, dan yang lebih spesifik penelitian kali ini menggunakan variabel-variabel psikologi yaitu persepsi dan intensi yang diterapkan pada bidang pariwisata.

