

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan pemerintah dalam menghasilkan devisa. Selain berperan sebagai sumber devisa, pariwisata juga memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai aspek lainnya, seperti menciptakan dan memperluas peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah, serta mendukung pelestarian lingkungan dan budaya. Pariwisata memiliki peran penting dalam mendorong pembangunan ekonomi global, sehingga sering disebut sebagai "paspor menuju pembangunan." Oleh karena itu, hampir di setiap wilayah Indonesia saat ini berlomba-lomba mempromosikan keindahan alam, kekayaan budaya, dan keramah tamahan masyarakatnya ke negara-negara yang dianggap sebagai pasar potensial. Selain itu, pariwisata juga membantu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa (Wahyuni, et al., 2022).

Wilayah tujuan utama perjalanan wisata di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024) didominasi oleh Pulau Jawa, dengan mencatat 57 juta perjalanan pada September 2024. Angka ini setara dengan 68,37 persen dari total perjalanan wisatawan nusantara di seluruh negeri. Di antara provinsi di Pulau Jawa, Jawa Timur mencatat jumlah perjalanan tertinggi, diikuti oleh Jawa Barat dan Jawa Tengah. Selain itu, beberapa provinsi lain yang juga menjadi tujuan wisata utama adalah DKI Jakarta, Sumatera Utara, Banten, DI Yogyakarta, Sulawesi Selatan, Bali, dan Sumatera Selatan.

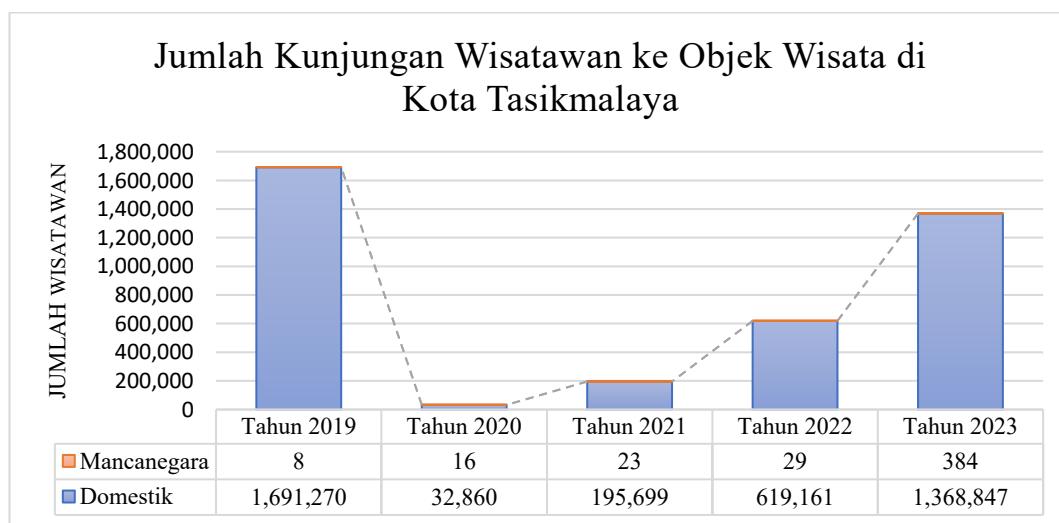
Tabel 1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan Tahun 2023-2024

Nama Provinsi	Jumlah Kunjungan Perjalanan Wisata	
	Tahun 2023	Tahun 2024
Jawa Timur	160.324.462	165.717.116
Jawa Barat	113.517.757	122.651.717
Jawa Tengah	89.926.347	112.090.843
DKI Jakarta	44.845.453	61.295.256
Sumatra Utara	20.532.719	31.748.410
Banten	31.606.599	35.742.100
DI Yogyakarta	23.158.305	28.483.392
Sulawesi Selatan	19.122.124	27.327.474
Bali	15.173.617	16.970.205
Sumatra Selatan	8.037.321	12.872.853
Total		

Sumber : Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1, jumlah kunjungan wisata di setiap provinsi menunjukkan *trend* peningkatan yang signifikan. Diketahui Provinsi Jawa Barat, menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia, berhasil menempati posisi kedua sebagai tujuan perjalanan wisata nusantara pada tahun 2023. Pada tahun tersebut, Jawa Barat mencatat total kunjungan wisata sebanyak 113.517.757 orang. Memasuki tahun 2024, angka tersebut mengalami lonjakan yang cukup signifikan dengan peningkatan sebanyak 22.164.496 kunjungan, atau sekitar 19,52 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan tambahan ini, jumlah total kunjungan wisata ke Jawa Barat pada tahun 2024 mencapai 122.651.717 kunjungan.

Angka tersebut mencerminkan daya tarik wisata di Jawa Barat yang terus berkembang, baik dari segi keindahan alam, wisata buatan dan budaya lokal. Salah satu pariwisata yang menjadi daya tarik pengunjung adalah agrowisata, yaitu merupakan sebuah bentuk bisnis di sektor pertanian di mana produk utama yang ditawarkan kepada konsumen adalah jasa. Jasa yang disediakan mencakup keindahan alam, kenyamanan, suasana yang menenangkan, serta edukasi. Agrowisata juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas wisata yang memanfaatkan berbagai potensi pertanian sebagai daya tarik (Suparman & Dzakir, 2023). Jawa Barat memiliki beragam destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan, salah satunya adalah kawasan Priangan Timur, termasuk wilayah yang berkembang seperti Kota Tasikmalaya (Jafaruddin, et al., 2020).



Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya
Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik ke Objek Wisata di Kota Tasikmalaya 2019-2023

Grafik 1 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di Kota Tasikmalaya setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Pada tahun 2019, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik mencapai 1.691.278 orang, menjadi yang tertinggi dalam lima tahun terakhir. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis sebesar 98 persen, dengan total kunjungan hanya mencapai 32.860 wisatawan. Penurunan ini disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas masyarakat melalui kebijakan pembatasan perjalanan dan penutupan sementara destinasi wisata. Setelah itu, jumlah wisatawan kembali meningkat secara signifikan, dengan total kunjungan mencapai 1.369.231 pada tahun 2023. Kondisi ini menunjukkan bahwa tren kunjungan wisata di Kota Tasikmalaya cenderung mengalami pemulihan dan peningkatan dari tahun ke tahun (Anugraheni & Astutiningsih, 2021).

Kota Tasikmalaya merupakan lokasi yang memiliki berbagai potensi destinasi pariwisata yang dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk datang. Jumlah kunjungan wisatawan sangat dipengaruhi oleh inovasi dalam pengembangan pariwisata, yang mendorong pelaku usaha di sektor ini untuk menarik lebih banyak pengunjung. Salah satu sektor unggulan adalah agrowisata, perkembangan agrowisata tidak hanya mampu meningkatkan pendapatan petani dan masyarakat lokal, tetapi juga memberikan pengalaman memuaskan bagi pengunjung (Fitriadi & Sundari, 2024).

Agrowisata merupakan salah satu jenis pariwisata berdasarkan aktivitas kunjungan wisata dengan kegiatan basis pertanian, misalnya dengan melakukan aktivitas perkebunan atau pertanian, belajar melakukan pertanian, sekedar mengunjungi dan melihat-lihat perkebunan. Agrowisata tidak hanya menawarkan pengalaman edukatif dan rekreatif bagi wisatawan, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam berbagai aspek, seperti menciptakan dan memperluas peluang kerja khususnya di sektor pertanian, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, serta menambah pemasukan bagi pemerintah melalui pajak dan retribusi (Hidayah, 2021).

Salah satu objek agrowisata yang mulai berkembang di Kota Tasikmalaya bernama Arjuna Farm, berlokasi di Jalan Situ Cibeureum, Kelurahan Tamanjaya, Kecamatan Tamansari, agrowisata ini mulai dibuka untuk umum pada tahun 2024.

Merupakan wisata edukasi yang menggabungkan sektor pertanian dan perikanan dengan teknologi *IoT* dalam mengontrol sistem irigasi, pemupukan otomatis, dan media tanam seperti *coco peat* dengan metode *Dutch Bucket* dan irigasi tetes. Dengan konsep yang menggabungkan sektor pertanian dengan teknologi membuat daya Tarik tersendiri bagi wisatawan khususnya yang berasal dari berbagai komunitas dan siswa yang ada di Tasikmalaya untuk berkunjung ke Arjuna Farm.

Pada agrowisata Arjuna Farm belum tersedia data pasti mengenai jumlah kunjungan harian karena masih bersifat fluktuatif dan belum menunjukkan pola yang stabil. Selain itu, kunjungan masih didominasi oleh wisatawan lokal di sekitar Tasikmalaya. Segmentasi pasar yang terbatas pada satu kalangan wisatawan berisiko menyebabkan stagnasi dalam pertumbuhan usaha. Sedangkan, pariwisata tidak akan dapat berjalan dan berkembang tanpa adanya peningkatan jumlah kunjungan dari berbagai kalangan wisatawan ke destinasi tersebut (Dewi, et al., 2023). Terlebih, berdasarkan data BPS (2024), meskipun jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata di Kota Tasikmalaya dalam tiga tahun terakhir mengalami peningkatan, daerah ini masih menempati peringkat 16 dalam jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Jawa Barat.

Keputusan berkunjung pada agrowisata merupakan hal penting sebagai penilaian dari wisatawan untuk memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Konsumen sebagai wisatawan memegang peran krusial dimana pihak pengelola agrowisata Arjuna Farm harus mengetahui siapa yang cocok untuk pasar mereka dan berkaitan dengan keberlanjutan usaha. (Kotler & Keller, 2016) Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan kunjungan akan membantu bagi pihak pengelola untuk bisa melakukan pengembangan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan wisatawan. Pemahaman akan perilaku pengunjung sangat membantu pengelola untuk merancang strategi yang tepat (Wahyuni, et al., 2022).

Tingkat kunjungan pada sebuah agrowisata dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Middleton & Clarke (2012), keputusan wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh produk wisata, yang terdiri atas atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata, aksesibilitas, adanya promosi untuk membentuk citra baik terhadap wisata, dan harga bagi wisatawan. Sementara itu, tiga komponen

utama dari produk wisata adalah daya tarik, fasilitas, dan aksesibilitas. Faktor-faktor dalam produk wisata ini saling berhubungan serta berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung.

Dengan memahami kebutuhan wisatawan pada agrowisata akan berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam memilih destinasi. Oleh karena itu, penyesuaian produk wisata untuk memenuhi kebutuhan pasar menjadi penting. Konsumen memegang peran vital dalam kelangsungan agrowisata, karena tanpa wisatawan, agrowisata tidak dapat menjual layanan wisata, yang pada akhirnya menghambat pemasukan dan perkembangan pengelolaan agrowisata. Oleh sebab itu, Agrowisata Arjuna Farm perlu merancang strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan untuk mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan (Utama, 2018).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat faktor daya tarik, fasilitas, aksesibilitas tarif wisata dan promosi di agrowisata Arjuna Farm?
2. Bagaimana tingkat keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata Arjuna Farm?
3. Bagaimana pengaruh daya tarik, fasilitas, aksesibilitas tarif dan promosi wisata secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata Arjuna Farm?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka dibuat beberapa lingkup tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis:

1. Tingkat faktor daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, tarif wisata dan promosi di agrowisata Arjuna Farm.
2. Tingkat keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata Arjuna Farm.
3. Pengaruh daya tarik, fasilitas, aksesibilitas tarif wisata dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke agrowisata Arjuna Farm.

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan dilaksanakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis, sebagai bahan salah satu acuan, informasi, pengetahuan serta pengaplikasian teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan berkunjung ke Agrowisata.
2. Bagi perusahaan, informasi mengenai fasilitas, lokasi, daya tarik, aksesibilitas, dan tarif pada agrowisata menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh pihak Arjuna Farm dalam meningkatkan pengalaman pengunjung.
3. Bagi akademisi, Sebagai bahan informasi dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan pada agrowisata.
4. Bagi pemerintah, sebagai sumber informasi, sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan dan program baru yang berkaitan dengan pengembangan agrowisata.