

**ABSTRAK DAN EXECUTIVE SUMMARY**  
**LAPORAN AKHIR**  
**PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**Karakteristik, *Patronage Buying Motives* dan Keputusan Wisatawan Dalam Mengunjungi  
Desa Ekowisata Rajegwesi Pada Taman Nasional Meru Betiri Di Kabupaten Banyuwangi**

**Peneliti:**  
**Indra Perdana Wibisono**  
**9903003070**

**UNIVERSITAS JEMBER**  
**OKTOBER, 2016**

## ABSTRAK

Taman Nasional Meru Betiri (TNMB) yang dikenal sebagai hutan tropis dataran rendah di Propinsi Jawa Timur bagian Selatan, memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi dan potensi wisata alam. Desa Ekowisata Rajegwesi yang terletak di dalam TNMB telah dikembangkan untuk menjadi lokasi wisata alam yang dikelola bersama masyarakat. Meskipun demikian, angka kunjungan wisatawan masih perlu ditingkatkan dan kondisi lokasi wisata belum sepenuhnya memenuhi harapan wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis karakteristik wisatawan, mengetahui gambaran mengenai *patronage buying motives* wisatawan, dan proses keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi. Penelitian bersifat deskriptif dan verikatif sedangkan data utama diperoleh dengan distribusi kuisioner kepada 400 orang responden wisatawan yang berkunjung lebih dari satu kali ke Desa Ekowisata Rajegwesi. Analisis menggunakan tujuh variabel *Patronage Buying Motives* yang memenuhi syarat sebagai variabel bebas yaitu letak lokasi, suasana, fasilitas, harga, kualitas personal, promosi dan keamanan. Sementara itu keputusan pembelian sebagai variabel terikat meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian. Pengaruh ketujuh variabel tersebut terhadap keputusan pembelian ditunjukkan oleh persamaan linier  $\hat{Y} = 1,346 - 0,112X_1 + 0,196X_2 - 0,058X_3 + 0,183X_4 + 0,147X_5 + 0,107X_6 + 0,042X_7$  dengan probabilitas (Sig) 0,000 (kurang dari 0,05),  $R^2$  0,311, dan *standard error of the estimation* sebesar 0,369994. Pengaruh signifikan ditunjukkan oleh letak lokasi, suasana, harga, personal, dan promosi, sedangkan pengaruh faktor fasilitas dan keamanan tidak signifikan.

Kata kunci: Desa Ekowisata Rajegwesi, *Patronage Buying Motives*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*Meru Betiri National Park or Taman Nasional Meru Betiri (TNMB) in the southern part of East Java Province, Indonesia is known as low land tropical forest with high abundance of biodiversity and ecotourism potential. Ecotourism Rajegwesi Village in TNMB has been developed as tourism destination managed in cooperation with local people. However, tourist visit number still needs to be increased and the condition of tourism area is not fully satisfying the tourists expectations. This research was aimed to analyze tourist characteristics, to assess Patronage Buying Motives, and decision of the tourists to visit Ecotourism Rajegwesi Village. The research is descriptive and verificative, while the main data were collected through questionnaire distribution to 400 tourists who had visited Ecotourism Rajegwesi Village more than once. Analysis was done using seven eligible independent variables of Patronage Buying Motives which were site location, situation, facility, price, personal quality, promotion, and security. Meanwhile buying decision consisted of need identification, information search, alternative information, buying decision, and after buying behaviour as dependent variables. Effects of the seven variables on buying decision is represented by the linear equation linier  $\hat{Y} = 1,346 - 0,112X_1 + 0,196X_2 - 0,058X_3 + 0,183X_4 + 0,147X_5 + 0,107X_6 + 0,042X_7$  with probability (Sig) 0,000 (less than 0,05),  $R^2$  0,311, and standard error of the estimation 0,369994. Significant effects were shown by site location, situation, price, personal quality, and promotion, while the effects of facility and security were not significant.*

*Key words: Ecotourism Rajegwesi Village, Patronage Buying Motives, buying decision*

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Taman Nasional Meru Betiri (TNMB) yang dikenal sebagai hutan tropis dataran rendah di Propinsi Jawa Timur bagian Selatan, memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi, diantaranya kekayaan flora dengan berbagai jenis tumbuhan yang bermanfaat obat, habitat fauna serta sebagai obyek dan daya tarik wisata alam yang tersebar pada areal seluas 58.000 Ha, dengan luas daratan 57.155 Ha dan perairan 845 Ha. Beberapa lokasi yang menarik untuk dikunjungi di TNMB antara lain Pantai Rajegwesi dan Pantai Teluk Ijo. Pantai Rajegwesi merupakan salah satu tempat yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara (wisnus) maupun wisatawan mancanegara (wisman), karena memiliki obyek dan daya tarik wisata yang bervariasi.

Strategi pengembangan diperlukan untuk keberlanjutan Desa Ekowisata Rajegwesi. Sebelum strategi pemasaran dibuat maka perlu mengetahui karakteristik, *patronage buying motives* dan keputusan wisatawan. Jika hal ini dilakukan maka akan strategi pemasaran dapat dilakukan dengan tepat. Hal ini belum dilakukan oleh Taman Nasional Meru Betiri maupun Masyarakat Ekowisata Rajegwesi. Oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan sebagai bahan masukan kepada Taman Nasional Meru Betiri dan Masyarakat Ekowisata Rajegwesi sehingga dalam membuat strategi pengembangan dilakukan dengan tepat dan komprehensif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) mengetahui karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi; (2) mengetahui gambaran mengenai *patronage buying motives* wisatawan yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi; dan (3) menganalisa proses keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi.

Penelitian ini dilaksanakan melalui survei yaitu didasarkan data yang dikumpulkan dari 400 orang responden yang dianggap mewakili seluruh wisatawan yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi. Penelitian bersifat deskriptif dan verikatif dengan menggunakan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data pokok. Responden yang dipilih adalah wisatawan domestik yang lebih dari satu kali mengunjungi Desa Ekowisata Rajegwesi. Variabel yang digunakan adalah *Patronage Buying Motives* sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Ada tujuh jenis data yang telah dikumpulkan untuk menggambarkan variabel *Patronage Buying Motives* yaitu persepsi wisatawan terhadap letak lokasi, suasana,

fasilitas, harga, kualitas personal, promosi dan keamanan. Sementara itu data tentang keputusan pembelian meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, dan perilaku setelah pembelian oleh wisatawan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan (59% responden) yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi berasal dari Jember dan Banyuwangi karena kemudahan sarana transportasi ke lokasi wisata, kedekatan jarak ke lokasi, dan ketersediaan waktu untuk berlibur. Sementara itu wisatawan yang datang dari daerah lebih jauh seperti Surabaya, Situbondo, Bali, Malang, dan lainnya jumlahnya relatif sedikit. Mayoritas wisatawan adalah para pemuda (pelajar dan mahasiswa) di bawah usia 30 tahun yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi dalam rombongan, laki-laki dewasa yang tengah berkunjung bersama keluarga, dan karyawan swasta. Liburan akhir pekan dan hari libur sekolah merupakan waktu kunjungan wisatawan yang terbanyak dan umumnya bertujuan untuk menikmati keindahan/pemandangan alam. Sebagian besar wisatawan memilih lokasi Desa Ekowisata Rajegwesi karena merupakan pilihan yang diminati maupun karena mengikuti tujuan yang ditetapkan oleh rombongan wisatawan.

Analisis *Patronage Buying Motives* menunjukkan pada umumnya wisatawan menganggap lokasi Desa Ekowisata Rajegwesi cukup jauh, dengan sarana transportasi yang sulit dijangkau dengan kendaraan umum. Kondisi jalan menuju lokasi wisata sedang diadakan perbaikan. Kondisi jalan ke lokasi wisata berkelok-kelok dan cukup sempit sehingga wisatawan yang berkendara harus sangat berhati-hati.

Suasana lokasi wisata dinilai menyenangkan dan leluasa oleh wisatawan. Keindahan pemandangan dan hamparan pantai yang luas merupakan faktor yang disukai oleh wisatawan. Namun wisatawan menilai kenyamanan dan kebersihan di sebagian lokasi wisata yang banyak dikunjungi wisatawan masih kurang akibat adanya sampah yang bertebaran di pantai, meskipun pihak pengelola telah menyediakan tempat pembuangan sampah. Sementara itu, dari aspek desain lokasi wisata dinilai masih kurang serasi, antara lain karena belum tersedianya tempat duduk bagi pengunjung di sekitar pantai.

Kelengkapan sarana dan prasarana di obyek wisata pada umumnya dinilai biasa. Hal ini karena fasilitas umum seperti wartel, toilet, kantin, dan masjid hanya terpusat di satu tempat. Sementara itu variasi hiburan yang ada di lokasi wisata pada umumnya juga dinilai biasa saja. Kelebihan dari lokasi wisata adalah dari segi pemandangannya yang dinilai menarik.

Harga tiket masuk melalui Taman Nasional Merubetiri saat ini dianggap murah dan terjangkau oleh wisatawan pada umumnya. Harga berbagai produk yang ditawarkan di objek wisata, pada umumnya dinilai wajar atau biasa saja karena relatif sama dengan lokasi wisata lainnya.

Personil petugas di lokasi wisata dinilai berpenampilan biasa. Demikian pula kehandalan petugas dalam melayani wisatawan dinilai biasa. Ketanggapan petugas dinilai biasa, sedangkan keramahan petugas dinilai baik. Menurut wisatawan, petugas di lokasi wisata memberikan penyambutan dan penjelasan yang baik dan informatif kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi.

Promosi tentang Desa Ekowisata Rajegwesi dinilai cukup baik, sehingga wisatawan dapat memperoleh informasi dengan mudah. Mayoritas wisatawan yang berasal dari Jember, Surabaya, dan Banyuwangi mendapatkan informasi tentang lokasi wisata dari teman atau keluarga yang pernah berkunjung. Sementara itu aspek keamanan dan keselamatan di lokasi wisata dinilai baik.

Analisis keputusan pembelian (kunjungan) ke lokasi wisata sebagai variabel *Y* dibagi menjadi 5 sub variabel yaitu: pengenalan kebutuhan (kebutuhan untuk berlibur), pencarian informasi (keinginan responden dalam mencari informasi tambahan dan dorongan untuk membandingkan dengan obyek wisata yang lain), evaluasi alternatif (keputusan bahwa obyek wisata yang mereka kunjungi lebih menarik), keputusan membeli (frekuensi pembelian dan rencana berkunjung kembali), dan perilaku setelah kunjungan (kepuasan).

Pada umumnya wisatawan menganggap berlibur adalah suatu kebutuhan untuk menyegarkan pikiran dari rutinitas sehari-hari. Dalam hal pencarian informasi, sebagian besar wisatawan menyatakan biasa saja dalam hal keinginan untuk mencari informasi tambahan. Hal ini ditunjukkan oleh masih banyaknya wisatawan yang tidak atau bahkan belum mengetahui macam dan fasilitas fisik yang tersedia di objek wisata tersebut. Sebagian besar wisatawan menilai lokasi wisata di Desa Ekowisata Rajegwesi lebih menarik dari obyek wisata lainnya.

Keputusan pembelian (frekuensi kunjungan) sebagian besar wisatawan masih sedikit (jarang). Namun pada umumnya menyatakan setuju untuk berkunjung kembali ke Desa Ekowisata Rajegwesi karena suasananya yang menyenangkan. Sebagian besar wisatawan menyatakan puas setelah berkunjung ke Desa Ekowisata Rajegwesi, dengan alasan keindahan dan fasilitas yang dapat dinikmati.

Pengaruh *patronage buying motives* terhadap proses keputusan wisatawan dalam mengunjungi Desa Ekowisata Rajegwesi dianalisis dengan 7 variabel prediktor yang dimasukkan ke dalam persamaan berdasarkan kriteria *Use Probability of F Entry* 0,05 dan *Removal* 0,01. Ketujuh variabel tersebut adalah letak lokasi, suasana, fasilitas, harga, kualitas personal, promosi dan keamanan yang dimasukkan ke dalam persamaan karena memenuhi kriteria.

Pengaruh ketujuh faktor/aspek terhadap keputusan wisatawan untuk mengunjungi lokasi dapat ditunjukkan oleh persamaan linier:

$$\hat{Y} = 1,346 - 0,112X_1 + 0,196X_2 - 0,058X_3 + 0,183X_4 + 0,147X_5 + 0,107X_6 + 0,042X_7$$

Dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, persamaan tersebut menunjukkan bahwa suasana, harga, kualitas personal, promosi, dan keamanan berpengaruh positif terhadap kunjungan wisatawan ke Desa Ekowisata Rajegwesi. Sementara itu letak lokasi dan fasilitas berpengaruh negatif terhadap kunjungan wisatawan. Dari ketujuh faktor tersebut, pengaruh yang nyata (signifikan) ditunjukkan oleh letak lokasi, suasana, harga, personal, dan promosi, sedangkan pengaruh faktor fasilitas dan keamanan tidak signifikan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut disarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut tentang potensi wisata lainnya di Taman Nasional Meru Betiri (TNMB). Selain itu disarankan kepada Pengelola TNMB dan Masyarakat Ekowisata Rajegwesi untuk memperbaiki fasilitas di Ekowisata Rajegwesi antara lain fasilitas beristirahat (kursi pantai, gazebo), fasilitas bermain untuk berbagai kelompok usia, sarana umum lainnya. Keunggulan kondisi alam yang menarik perlu dipelihara dan dipertahankan. Aksesibilitas ke lokasi yang masih kurang perlu ditingkatkan bekerjasama dengan Dinas Perhubungan Kabupaten Banyuwangi. Promosi tentang lokasi wisata ini perlu ditingkatkan hingga tingkat nasional dan internasional untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun manca negara.