

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan dari tempat tinggal ke tempat tujuan dengan alasan bukan menetap atau mencari nafkah, melainkan untuk bersenang-senang, memenuhi rasa keingintahuan, menghabiskan waktu senggang, dan lainnya (Meyers, 2009). Pariwisata merupakan sektor yang berkembang pesat di dunia. Hal ini didukung oleh laporan dari World Travel & Tourism yang menyebutkan bahwa perjalanan dan pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar di dunia.

Indonesia pun merupakan negara yang perkembangan pariwisatanya pesat. Indonesia memiliki beranekaragam potensi wisata mulai dari wisata alam, budaya, buatan, dan lain-lain yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan domestik bahkan wisatawan mancanegara.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2017	14.039.799
2018	15.837.305
2019	16.168.301
2020	4.052.923
2021	1.557.530
2022	1.701.307

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2022

Tabel 1.1 membuktikan bahwa pariwisata di Indonesia digemari oleh para wisatawan mancanegara dilihat dari jumlah kunjungan pada tahun 2017-2019 yang terus meningkat, terlebih lagi total kunjungan pada tahun 2019 mencapai angka 16.168.301. Namun, berdasarkan data di atas jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2020-2021 menurun drastis akibat pandemi covid-19 yang melanda seluruh

negara. Walaupun dua tahun terakhir ini pariwisata di Indonesia menurun, tidak menutup kemungkinan pascapandemi COVID-19 pariwisata di Indonesia akan kembali pulih melihat dari wisatawan mancanegara yang menaruh perhatian yang banyak pada pariwisata di Indonesia.

Untuk mendukung hal tersebut, perlu adanya usaha dalam meningkatkan minat para wisatawan untuk berkunjung dan melakukan perjalanan wisata. Minat wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata tertentu dipengaruhi oleh kualitas informasi (Edwin *et al*, 2019). Di era modern ini teknologi berkembang sangat pesat, tentunya informasi wisata sudah harus dikemas oleh teknologi atau suatu sistem untuk memudahkan wisatawan mengakses informasi tersebut melalui komputer atau ponsel pintar mereka. Hal ini didukung oleh pernyataan Helen Chuang sebagai *executive assistant to chairman* Festour Taiwan dalam Webinar Global Tourism Forum 2020 yaitu penggunaan teknologi dalam pariwisata sangat penting karena teknologi salah satunya dapat memberikan informasi transparan yang membuat nyaman untuk digunakan oleh wisatawan (Ramadhian, 2020).

Presiden Joko Widodo dalam Rapat Terbatas Bidang Pariwisata Nasional 2020 menyebutkan bahwa salah satu indeks kelemahan Indonesia yang turut menjadi daya saing pariwisata adalah teknologi informasi (Swabawa, 2020). Jika teknologi informasi mengenai wisata di Indonesia masih kurang, maka akan berdampak pada minat wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Hal ini dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh Travelport yang menyatakan bahwa wisatawan Indonesia frustrasi terhadap kegagalan mengakses informasi wisata. Tingkat persentasenya mencapai 67%, lebih tinggi dari rata-rata persentase global sebesar 45% (Hadyan, 2020). Maka dari itu, perlu adanya peningkatan teknologi sistem informasi yang dapat mengatasi permasalahan tersebut.

Provinsi Jawa Barat khususnya di Kota Bandung merupakan salah satu daerah yang tingkat pertumbuhan sektor pariwisatanya berkembang dengan pesat. Kota Bandung menjadi kota tujuan wisata yang digemari oleh para wisatawan karena memiliki destinasi wisata yang menarik dan bervariasi, serta didukung oleh cuaca yang sejuk. Salah satu wisata yang populer di Kota Bandung adalah wisata

kuliner. Wisata kuliner hingga kini mampu menarik perhatian wisatawan untuk terus berkunjung ke Kota Bandung.

Berkembangnya minat wisatawan terhadap wisata kuliner di Kota Bandung ditandai dengan jumlah bisnis di bidang *food & beverage* yang semakin bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung tahun 2020, jumlah bisnis *food & beverage* di Kota Bandung terdapat sebanyak 1.448. Tentunya jumlah tersebut akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Salah satu kawasan yang terkenal akan wisata kuliner di Bandung adalah Kawasan Dago. Wisata kuliner yang terdapat di Kawasan Dago didominasi oleh *coffee shop* atau kedai kopi. Hal tersebut didorong oleh faktor perubahan gaya hidup masyarakat yang kini lebih menyukai beraktivitas di *coffee shop*.

Tabel 1. 2 Perbandingan *Coffee Shop* di Kota Bandung dan Kawasan Dago

<i>Coffee Shop</i> Kota Bandung	<i>Coffee Shop</i> Kawasan Dago
(±) 226	(±) 56

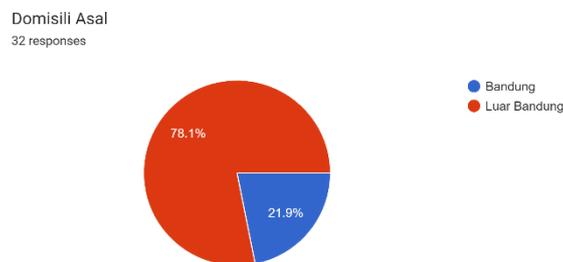
Sumber: Data diolah, 2023

Tabel 1.2 merupakan data jumlah perkiraan data dari keseluruhan *coffee shop* di Bandung dan *coffee shop* yang ada di Kawasan Dago. Data ini diperoleh dari “data kedai kopi tahun 2022” yang bersumber dari situs resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, serta data pelengkap dari *Google Maps*. Jumlahnya pun dapat bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar *coffee shop* yang ada di Kota Bandung berlokasi di Kawasan Dago. Kawasan Dago pun terbilang memiliki jumlah *coffee shop* yang lebih banyak dibandingkan daerah lainnya di Kota Bandung. Tentunya, dengan banyaknya jumlah *coffee shop* di Kawasan Dago menandakan bahwa *coffee shop* di Dago pun sangat bervariasi. Para wisatawan yang ingin mengunjungi *coffee shop* di Kawasan Dago pun memiliki minat yang berbeda-beda dalam memilih jenis *coffee shop* yang akan dikunjungi.

Akan tetapi, belum ada sistem informasi mengenai destinasi wisata kuliner *coffee shop* di Kota Bandung khususnya di Kawasan Dago yang disajikan dengan

cukup lengkap. Sejauh ini, hanya ada beberapa *website* artikel berita yang memuat daftar rekomendasi *coffee shop* di Kawasan Dago dengan jumlah yang sedikit pada setiap artikel beritanya. Padahal, jumlah *coffee shop* di Kawasan Dago cukup banyak. Hal ini tentunya membuat wisatawan yang ingin mengunjungi *coffee shop* di Kawasan Dago merasa kesulitan dalam memperoleh informasi *coffee shop* yang cukup lengkap.

Penulis melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan Google Form kepada 32 responden yang berdomisili di luar Kota Bandung dan di dalam Kota Bandung dengan hasil sebagai berikut.

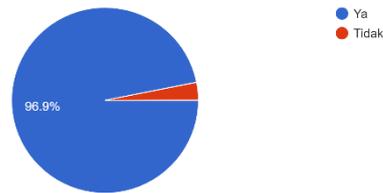


Gambar 1. 1 Data domisili responden

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 1.1 merupakan hasil pertanyaan kuesioner terkait dengan domisili para responden. Berdasarkan hasil pertanyaan pada kuesioner tersebut, 32 responden yang menjawab terdiri dari 25 responden yang berdomisili di luar Kota Bandung dan 7 responden yang berdomisili di Kota Bandung.

Apakah Kawasan Dago Bandung merupakan salah satu tujuan Anda untuk mengunjungi coffee shop di Kota Bandung?
32 responses

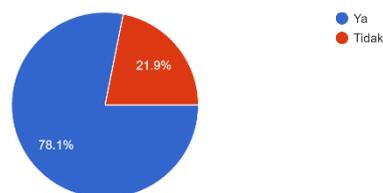


Gambar 1. 2 Kawasan Dago sebagai tujuan mengunjungi *coffee shop*

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 1.2 merupakan hasil pertanyaan kuesioner Kawasan Dago sebagai tujuan mengunjungi *coffee shop*. Berdasarkan hasil pertanyaan pada kuesioner tersebut, sebagian besar responden memilih Kawasan Dago sebagai tujuan mengunjungi *coffee shop*. Hal ini terbukti dari sebanyak 96,9% nya menjawab “Ya” pada pertanyaan ini.

Apakah Anda merasa kesulitan dalam memperoleh informasi coffee shop di Kawasan Dago dengan cukup lengkap?
32 responses



Gambar 1. 3 Kesulitan memperoleh informasi *coffee shop* di Kawasan Dago

Sumber: Data diolah, 2023

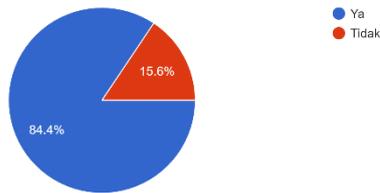
Gambar 1.3 merupakan hasil pertanyaan kuesioner terkait kesulitan memperoleh informasi *coffee shop* di Kawasan Dago dengan cukup lengkap. Berdasarkan hasil pertanyaan kuesioner tersebut, sebagian besar responden merasa kesulitan dalam memperoleh informasi *coffee shop* di Kawasan Dago dengan cukup lengkap. Hal ini terbukti sebanyak 78,1% nya menjawab “Ya”.

Qisti Fadilah, 2023

SISTEM INFORMASI SEBARAN COFFEE SHOP SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI KAWASAN DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jika informasi yang tersedia kurang lengkap, apakah hal tersebut mempengaruhi minat Anda untuk berkunjung ke coffee shop di Kawasan Dago?
32 responses

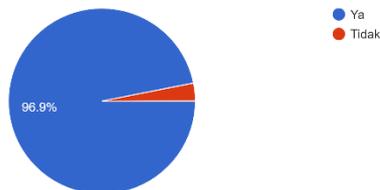


Gambar 1. 4 Pengaruh kurangnya informasi terhadap minat berkunjung

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 1.4 merupakan hasil pertanyaan kuesioner terkait pengaruh kurangnya informasi terhadap minat berkunjung. Berdasarkan hasil pertanyaan tersebut, sebagian besar responden setuju bahwa informasi *coffee shop* di Kawasan Dago yang kurang lengkap dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung ke *coffee shop* di Kawasan Dago. Hal ini terbukti sebanyak 84,4% menjawab “Ya”.

Apakah Anda membutuhkan sistem informasi berbentuk website yang memuat berbagai coffee shop di Kawasan Dago sebagai rekomendasi coffee shop yang ingin Anda kunjungi?
32 responses

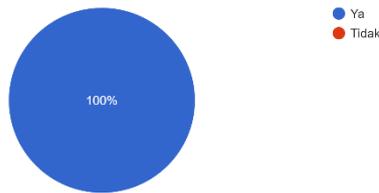


Gambar 1. 5 Membutuhkan sistem informasi *coffee shop* di Kawasan Dago

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 1.5 merupakan hasil pertanyaan kuesioner terkait dibutuhkannya sistem informasi *coffee shop* di Kawasan Dago berbasis *website*. Berdasarkan hasil pertanyaan tersebut, sebagian besar responden membutuhkan sistem informasi *coffee shop* di Kawasan Dago sebagai rekomendasi cafe yang ingin dikunjungi. Hal ini terbukti sebanyak 96,9% menjawab “Ya”.

Jika tersedia sistem informasi berbentuk website yang memuat berbagai informasi dan rekomendasi coffee shop di Kawasan Dago, apakah Anda berminat untuk menggunakannya?
32 responses



Gambar 1. 6 Minat terhadap sistem informasi cafe di Kawasan Dago

Sumber: Data diolah, 2023

Gambar 1.6 merupakan hasil pertanyaan kuesioner terkait minat responden untuk menggunakan sistem informasi *coffee shop* di Kawasan Dago. Berdasarkan hasil pertanyaan tersebut, sebagian besar responden berminat untuk menggunakan sistem informasi di Kawasan Dago berbasis *website*. Hal ini terbukti sebanyak 100% menjawab “Ya”.

Berdasarkan pra-penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, sistem informasi yang memuat berbagai *coffee shop* di Kawasan Dago sangat dibutuhkan karena saat ini informasi *coffee shop* di Kawasan Dago masih kurang, sehingga wisatawan merasa kesulitan untuk menemukan *coffee shop* di Kawasan Dago yang disesuaikan dengan minat masing-masing para wisatawan. Selain itu, penelitian terdahulu yang ada masih terbatas pada pengembangan sistem informasi sebaran *coffee shop* secara umum, tanpa mempertimbangkan faktor minat berkunjung wisatawan secara spesifik. Kemudian, penelitian terdahulu yang ada masih terbatas pada sebaran *coffee shop* pada kawasan tertentu dan belum merujuk pada Kawasan Dago sebagai destinasi kuliner yang populer di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Sistem Informasi Sebaran Coffee Shop Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kawasan Dago**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana daya tarik wisata kopi di Kawasan Dago?
2. Bagaimana sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago?

Qisti Fadilah, 2023

SISTEM INFORMASI SEBARAN COFFEE SHOP SEBAGAI DAYA TARIK WISATA KULINER DI KAWASAN DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Bagaimana sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago yang dapat menarik minat wisatawan?
4. Bagaimana *prototype* sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui daya tarik wisata kopi di Kawasan Dago.
2. Mengetahui sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago yang telah tersedia.
3. Mengetahui sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago yang dapat menarik minat wisatawan
4. Mengetahui *prototype* sistem teknologi informasi *coffee shop* di Kawasan Dago.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan pada Program Studi Manajemen Industri Katering, khususnya mengenai sistem informasi pariwisata.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi wisatawan yang membutuhkan informasi mengenai *coffee shop* di Kawasan Dago yang dapat menarik minat wisatawan.