

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I. Latar Belakang Masalah**

Pada dasarnya kehidupan manusia selalu bersifat dinamis, manusia cenderung tertarik pada kegiatan yang berubah-ubah. Hal ini merupakan suatu cara agar manusia dapat tetap bertahan dari kejenuhan atau rutinitas yang selalu dialaminya setiap hari, karena tuntutan tersebut maka manusia melakukan kegiatan lain yang berbeda diluar rutinitas kesehariannya atau melakukan kegiatan wisata.

Menurut A Yoeti (2005;5) Kegiatan wisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya dengan tujuan mencari sesuatu yang belum diketahuinya, menjelajahi wilayah yang baru, mencari perubahan suasana atau untuk melakukan perjalanan baru. Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sansakerta, terdiri dari dua suku kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* artinya banyak dan lingkup, sedangkan pengertian *wisata* artinya berkeliling atau perjalanan. Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 menyatakan bahwa "Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah".

Sejalan dengan kegiatan tersebut pariwisata berkembang menjadi suatu industri besar yang berpengaruh terhadap kegiatan manusia. Menurut Gde I Pitana (2005;3) "Pariwisata telah menjadi salah satu industri terbesar di dunia, dan

merupakan andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara”. Perkembangan pariwisata sebagai industri terbesar didunia telah mendorong munculnya Resort. Menurut Nyoman.S. Pendit (199;tanpa halaman) ”Resort adalah sebuah tempat untuk menginap yang mempunyai fasilitas khusus untuk kegiatan bersantai dan berolah raga seperti *tennis, golf, spa, tracking, dan jogging*”.

Menurut Gumelar S (2006;3) ”Resort berkembang berdasarkan pola perjalanan wisatawan yang membutuhkan berbagai fasilitas terpadu yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, dalam bentuk dan bersifat *one stop leisure* dan menggunakannya dalam satu kesempatan. Oleh karena itu untuk mengembangkan suatu resort, hal pertama yang dilakukan adalah bagaimana pengembang melihat dan mempertimbangkan satu *philosopy* yakni *leisure philosophy* yang mendasar bahwa fasilitas harus mampu memberikan kenyamanan kepada setiap orang untuk membentuk kepuasan, dengan demikian terbentuk *marketing relationship* yang berkelanjutan (*repeater guest*).

Untuk menciptakan suasana kenyamanan didalam resort dengan mempertimbangkan *leisure philoshopy*, maka resort harus menerapkan pedoman sapta pesona, menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89) ”Sapta Pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di Negara Indonesia”

Masih menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89) ”Sapta

Pesona terdiri dari tujuh unsur yaitu Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah tamah dan Kenangan”. Kita harus menciptakan suasana indah dan mempesona, dimana saja dan kapan saja. Khususnya ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan nyaman, wisatawan akan betah tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan memberikan kenangan indah dalam hidupnya.

Salah satu unsur sapta pesona adalah keindahan, menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89) Indah adalah “Keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang. Indah dapat dilihat dari berbagai segi, seperti dari segi tata warna, tata letak, tata ruang, bentuk atau gaya yang serasi dan selaras, sehingga memberi kesan yang cantik untuk dilihat. Indah yang selalu sejalan dengan bersih, tertib dan tidak terpisahkan dari lingkungan hidup baik berupa ciptaan Tuhan yang maha esa maupun hasil karya manusia”.

Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan berdasarkan pedoman sapta pesona dengan memperhatikan unsur keindahan adalah menyediakan fasilitas yang sesuai dengan unsur desain visual yang disukai berdasarkan selera/preferensi wisatawan. Menurut Pendit. S Nyoman (2003;131) ”Terdapat tiga tahap didalam desain produk industri pariwisata yaitu :

- A. Tahap I desain produk industri pariwisata diciptakan oleh dan di lokasi komponen industri masing-masing (secara langsung atau tidak langsung),

menurut selera "preferensi", ruang lingkup dan perkembangan kemajuan kepariwisataan pada umumnya.

- B. Tahap II desain produk diciptakan bersama oleh komponen industri untuk kebutuhan 'pengadaan dan permintaan' (*supply and Demand*) prasarana industri pariwisata ini, baik di luar negeri maupun di dalam negeri.
- C. Tahap III atas ketekunan biro perjalanan wisata atau agen perjalanan, desain produk yang telah jadi (*finished product designs*) diolah/dikombinasikan secara harmonis dan bisa terjual (*saleable*) siap untuk dipasarkan.

Adapun menurut Brannan (1995;95) bahwa "Desain produk ini berkaitan dengan bagaimana suatu produk memiliki gaya tersendiri untuk meningkatkan nilai produk tersebut terhadap konsumen akhir". Masih menurut Brannan (1995;97) "Gaya ini termasuk pemilihan estetika (keindahan) seperti pemilihan warna, material, tekstur, dan bentuk".

Fasilitas atau sarana dan prasarana dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan menurut Robert Christie Mill (2001;99) bahwa "*The designer has a responsibility to the final user the guest of the operation, this raises an interesting question. Do develop what the guest want, what the guest needs, or what we think is best for the guest*". Artinya Perancang bertanggung jawab atas hasil akhir desain suatu resort yang akan digunakan oleh tamu pada saat resort tersebut siap untuk beroperasi, pertanyaan penting yang harus diperhatikan? yaitu. Lakukan pengembangan berdasarkan apa yang tamu butuhkan, apa yang tamu sukai, atau

pikirkan apa yang terbaik untuk tamu. Adapun Margaret Hufadine (1999;157) menyatakan bahwa *“The designs of both site and building combine to shape the visitor’s perceptions of authenticity”*. Artinya desain merupakan gabungan dari kedua hal yaitu lokasi dan bangunan yang dibentuk berdasarkan pandangan pengunjung yang sebenarnya.

Unsur desain dapat mempengaruhi tingkat kepuasan visual wisatawan didalam menggunakan fasilitas, menurut Margaret Hufadine (1999;157) *“Visual experience should be fully utilized; for example, every guestroom should have a view, suites should be in prime locations (usually on corners or at the ends of wings), and guests should be aware of the environmental context at all times”*. Artinya Pengalaman visual harus ada pada setiap utilitas; sebagai contoh setiap kamar tamu harus memiliki pemandangan, *suites room* harus berada pada lokasi yang tepat (biasanya terletak di sudut paling pojok atau pada ujung koridor suatu hotel), dan harus membuat tamu peduli terhadap konteks lingkungan pada setiap saat.

Adapun menurut Agus Sulastiono (1999;178) *“Hal lain yang perlu diperhatikan dalam mempersiapkan kamar tamu adalah tata ruang agar dapat memberikan daya tarik kepada para tamu”*. Masih menurut Agus Sulastiono (199;179) *“Daya tarik kamar akan ditentukan oleh banyak hal, seperti bagaimana bentuk dan desainnya, pengaturan tata warna serta perlengkapannya, dan sebagainya sehingga desain atau tata ruang yang baik akan mempermudah dalam pemeliharaan, dapat menciptakan suasana yang nyaman, terasa sejuk, tenang dan sebagainya”* maka untuk mengetahui tingkat kepuasan visual wisatawan dilakukan identifikasi tentang

unsur desain yang disukai oleh wisatawan, sehingga desain resort yang diciptakan/ditawarkan kepada wisatawan dapat digunakan secara tepat dan mencerminkan keinginan atau selera wisatawan yang akan membentuk citra destinasi dimata wisatawan tersebut.

Adapun menurut Cristian Mill (2001;104) Unsur desain terdiri dari:

1. *Lines – single edges indicating direction movement.*
2. *Forms – External appearance of object defined by lines making closed circuit.*
3. *Texture – Distribution of light and dark over surfaces caused by inconsistencies in illumination.*
4. *Colors – qualities of light reflected of surfaces as reflect by the eyes prism.*

Setiap Resort mempunyai citra (*image*) tertentu, Menurut Pitana Gde (2004;64) “Citra destinasi dimata wisatawan adalah *mental maps* seseorang terhadap suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan, dan persepsi”. Menurut Mathienson dan Wall (1982;31), Citra adalah “*An expression of all objective knowledge, impression, prejudices, imagination and emotional thoughts an individual or group have of a particular object of place*”. Arti citra adalah suatu ekspresi dari seluruh pengetahuan objektif, kesan, anggapan, imajinasi dan emosi pikiran dari individual maupun kelompok yang memiliki keterangan objektif dari suatu tempat.

Pentingnya peranan citra bagi suatu resort menurut Laws (1995;tanpa halaman) “Pariwisata adalah industri yang berbasiskan citra, karena citra mampu

membawa wisatawan kedalam dunia symbol dan warna”. Adapun Menurut Nurianti (1996;250) “Citra yang terbentuk dipasar merupakan kombinasi antara berbagai faktor yang ada pada destinasi yang bersangkutan seperti cuaca, pemandangan alam, keamanan, kesehatan, sanitasi, keramahtamahan dan lain-lain”.

Cluster Ciwidey sebagai salah satu daerah tujuan wisata dengan potensi yang sangat besar memiliki kecenderungan trend kunjungan wisatawan tersendiri hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah Resort dan fasilitas wisata yang semakin bertambah. Setidaknya ada 11 Usaha akomodasi yang ada di Cluster Ciwidey baik berupa resort maupun cottage dengan konsep tersendiri. Adapun daftar cottage dan resort yang ada di cluster ciwidey dapat dilihat pada table dibawah ini

**Tabel 1.1 Daftar Resort dan Cottage Yang Ada di Cluster Ciwidey**

No	Nama Resort & Cottage
1	Wisma PTPN VIII
2	Cottage Cimanggu
3	Cottage Walini, Vila Walini (PTPN)
4	Penginapan Perhutani
5	Sindang Reret 1 Hotel
6	Prana Tirta Resort
7	Pondok Selly
8	Argapuri Resort
9	Patuha Resort Rancaupas
10	Hotel Abang
11	Kampung Pago Hotel

Sumber : Hasil Analisis, 2009

Setiap Resort yang ada di Cluster Ciwidey tersebut hadir dengan ciri khas masing-masing, salah satunya adalah terlihat dari keragaman gaya arsitektur yang ditampilkan oleh setiap Resort di Cluster Ciwidey. Artinya objek visual yang terdapat

pada setiap Resort yang berada di Cluster Ciwidey sudah menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Fenomena tersebut diakibatkan oleh:

- a. Keragaman wisatawan yang berkunjung ke Cluster Ciwidey.
- b. Keragaman Objek dan Daya Tarik Wisata yang ada di Cluster Ciwidey.
- c. Keragaman Resort dengan konsep tersendiri.
- d. Tingkat persaingan usaha Resort di Cluster Ciwidey yang semakin meningkat.

Untuk mengetahui trend kunjungan wisatawan berdasarkan daya tarik visual setiap Resort yang ada di Cluster Ciwidey, maka harus dilakukan penelitian tentang desain suatu resort atau kawasan wisata yang sesuai dengan kebutuhan visual wisatawan, dengan mempertimbangkan *Leisure philosophy* dan berpedoman pada sapa pesona sehingga terciptanya citra destinasi wisata yang baik sebagai suatu daya tarik tersendiri bagi kegiatan usaha Resort di Cluster Ciwidey.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini penulis menetapkan judul **"IDENTIFIKASI UNSUR DESAIN MELALUI STUDI PREFERENSI VISUAL WISATAWAN"** (studi kasus terhadap wisatawan di Cluster Ciwidey Jawa Barat)

## **II. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Desain resort seperti apa yang disukai wisatawan di Cluster Ciwidey Jawa Barat.

- B. Bagaimana desain resort atau kawasan wisata yang sesuai untuk diterapkan di Cluster Ciwidey Jawa Barat.

### **III Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini ditunjukkan untuk :

- A. Mengidentifikasi desain resort yang disukai wisatawan di Cluster Ciwidey Jawa Barat.
- B. Mengetahui bagaimana desain resort yang sesuai untuk diterapkan di Cluster Ciwidey Jawa Barat.

### **IV Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Mengaplikasikan ilmu pengetahuan berupa teori yang telah dipelajari kedalam praktek dengan metode dan teknik ilmiah guna memecahkan masalah dalam perusahaan khususnya pada bidang usaha jasa pariwisata.
- B. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pengelola resort yang ada di Cluster Ciwidey Jawa Barat untuk dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan.
- C. Mengimplementasikan salah satu unsur sapta pesona yaitu keindahan di suatu kawasan wisata atau resort.

D. Memberikan masukan berupa konsep arsitektur resort atau Kawasan Wisata berdasarkan pertimbangan preferensi wisatawan agar terciptanya citra destinasi wisata yang baik sebagai suatu daya tarik tersendiri bagi kegiatan usaha resort di Cluster Ciwidey Jawa Barat.

#### **V. Pembatasan Masalah**

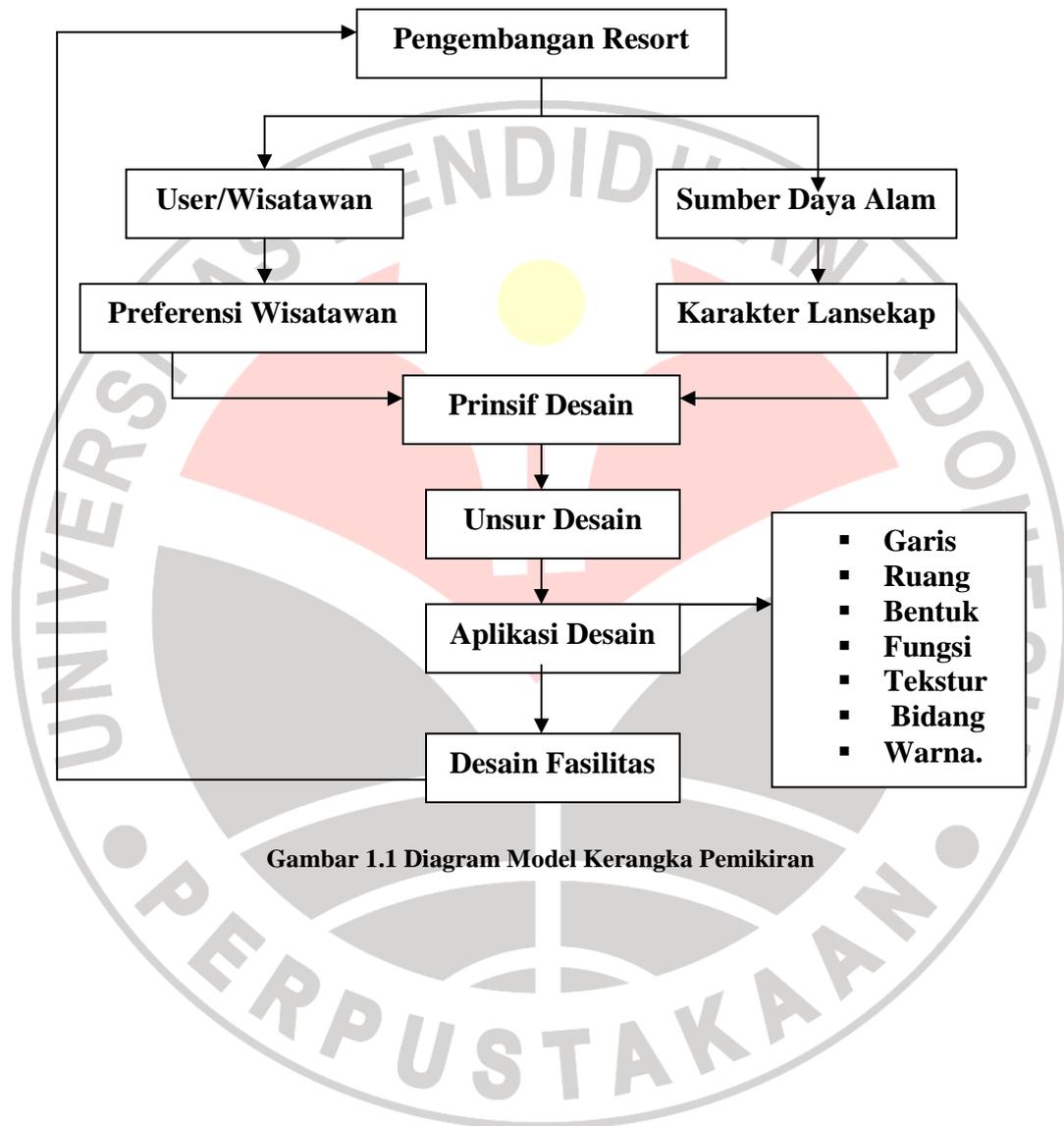
Agar Penelitian ini menjadi terarah maka dilakukan pembatasan masalah, pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- A. Lokasi penelitian dibatasi pada kegiatan yang dapat dilakukan di Cluster Ciwidey Jawa Barat.
- B. Responden adalah wisatawan/pengunjung yang datang ke Cluster Ciwidey Jawa Barat.

#### **VI. Kerangka Berfikir**

Didalam mengembangkan suatu resort maka harus dilakukan pertimbangan berdasarkan user/wisatawan dan sumberdaya alam. User/wisatawan menentukan permintaan yang dinilai berdasarkan preferensi sedangkan sumberdaya alam menentukan keseusiannya terhadap karakter lansekap. Jika penilain preferensi wisatawan menunjukkan keseuaiannya terhadap karakteristik lansekap maka pengembangan resort dapat berjalan melalui proses identifikasi proses desain yaitu prinsip desain, unsur desain dan aplikasi desain. Proses tersebut akan menghasilkan desain fasilitas yang sesuai dengan preferensi wisatawan dan karakteristik lansekap

resort tersebut. Adapun gambar kerangka berfikir dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



Gambar 1.1 Diagram Model Kerangka Pemikiran

