

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan dunia. Industri pariwisata berkembang sangat pesat dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi global. Saat ini sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi sektor andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara.

*United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) menyatakan “industri pariwisata dunia pada tahun 2014 diperkirakan naik sebesar 4,4%, dengan pertumbuhan di wilayah Asia Pasifik sebesar 5%, Eropa 3% dan Asia Tenggara memimpin pertumbuhan pada tingkat 7%” (*UNWTO Annual Report 2014*, hlm. 11).

Indonesia dikenal sebagai Negara yang kaya akan sumber daya dan potensi alam yang melimpah. Aktivitas sektor pariwisata telah didukung dan ditanggapi secara positif oleh pemerintah Indonesia dengan harapan dapat menggantikan sektor migas yang selama ini menjadi peringkat pertama dalam penerimaan devisa Negara, sedangkan sektor pariwisata di Indonesia menempati posisi lima besar sebagai komoditas penyumbang pendapatan negara terbesar. Pada tahun 2013, sektor pariwisata memberikan kontribusi yang menembus angka 9,87 miliar dolar AS, perolehan angka tersebut mengalami peningkatan sebesar 8,17% dibandingkan pada tahun 2012 yaitu sebesar 9,12 miliar dolar AS. Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2013 mencapai 8.802.129 orang atau meningkat 9,42% jika dibandingkan dengan kedatangan di tahun 2012.

Olahraga dan pariwisata diyakini termasuk kedalam pengalaman liburan yang paling populer di dunia. Olahraga dianggap sebagai fenomena sosial dan disebut sebagai bagian industri pariwisata yang terbesar. Oleh sebab itu pariwisata olahraga (*sport tourism*) mendapat perhatian besar dari berbagai kalangan, baik

dari pihak pemerintah, swasta, industri olahraga, industri pariwisata, akademisi maupun masyarakat luas (Goeldner dan Ritchie, 2008, hlm. 587).

Indonesia sendiri sebenarnya sudah tidak asing dengan wisata olahraga. Pada 1962, Indonesia menjadi tuan rumah *Asian Games*. Pada tahun yang sama, Presiden Soekarno bahkan mendirikan pesta olahraga bagi negara-negara berkembang yang dikenal dengan sebutan *Games of the New Emerging Force* (GENEFO) untuk menandingi Olimpiade. Indonesia sudah menganggap penting olahraga kala itu. Walaupun, mungkin Soekarno mengaitkan itu dengan politik, bukan dengan pariwisata (dikutip dari [www.lautanopini.wordpress.com](http://www.lautanopini.wordpress.com) pada 18/2/2015).

Wisata olahraga adalah salah satu dari wisata *adventure* yang sedang giat dikembangkan di Indonesia, Provinsi Jawa Barat termasuk salah satu yang mengembangkan wisata olahraga tersebut. Potensi alam yang dimiliki Jawa Barat berupa sungai dan potensi lainnya merupakan modal utama yang dapat dikembangkan untuk wisata olahraga.

Kabupaten Bandung adalah salah satu dari sembilan kawasan wisata unggulan yang berkontribusi besar pada kemajuan Provinsi Jawa Barat. Wilayahnya yang rindang, hijau dan asri membuat Kabupaten Bandung terlihat sangat mempesona dengan pemandangan perbukitan dan kekayaan hutan yang beragam, serta limpahan air jernih dari berbagai penjuruan mata air.

Kepala Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Bandung, Akhmad Djohara menyebutkan pada tahun 2013, jumlah wisatawan asing dan lokal yang berkunjung ke Kabupaten Bandung mencapai 6.234.555 orang, mengalami kenaikan dibanding tahun 2012 yang tercatat 5.645.569 orang. Pada 2012 daya tarik wisata di Kabupaten Bandung tersebar 45 lokasi dan meningkat menjadi 50 lokasi pada 2013, sedangkan jumlah mitra kerja pariwisata pada tahun 2012 berjumlah 1.224 orang, naik menjadi 1.312 orang pada tahun 2013 (dikutip dari [www.bandung.bisnis.com](http://www.bandung.bisnis.com) pada 19/2/2015).

Seiring dengan kian bertambahnya jumlah wisatawan, berdampak pula terhadap penyediaan sarana akomodasi seperti hotel, restoran atau rumah makan. Sampai akhir tahun 2013, jumlah hotel di Kabupaten Bandung tercatat berjumlah

45 buah yang terdiri hotel bintang lima ada 1 buah, bintang empat ada 1 buah, bintang tiga ada 2 buah, bintang dua ada 9 buah, bintang satu ada 1 buah dan sisanya hotel kelas melati (dikutip dari *www.republika.co.id* pada 18/2/2015).

Berdasarkan informasi dari Federasi Arung Jeram Indonesia (FAJI) 2013, Sungai Palayangan merupakan salah satu sungai terbaik di Indonesia. Berikut Tabel 1.1 yang menunjukkan *grade* sungai-sungai di Jawa Barat yang dioperasikan untuk wisata olahraga *rafting*:

**TABEL 1.1**  
**GRADE SUNGAI DI JAWA BARAT YANG DIOPERASIKAN UNTUK**  
**WISATA OLAHRAGA RAFTING**

No	Sungai	Grade	Lokasi
1	Cisangkuy	II-III	Bandung
2	Ciwidey	II-III	Bandung
3	Citarum	III-IV	Bandung
4	<b>Palayangan</b>	<b>III</b>	<b>Bandung</b>
5	Cisadane	II-III	Bogor
6	Cianten	II-III	Bogor
7	Ciliwung	III	Bogor
8	Cikaniki	III-IV+	Bogor
9	Cimanuk	IV	Garut
10	Cikandang	IV	Garut
11	Citatih	IV	Sukabumi
12	Citarik	III+	Sukabumi
13	Citanduy	III	Tasikmalaya
14	Cisokan	III	Cianjur

Sumber: FAJI, 2013

Berdasarkan Tabel 1.1, Jawa Barat memiliki 14 sungai sebagai lokasi wisata olahraga *rafting* yang dikelola bersama oleh pemerintah setempat, warga sekitar dan perusahaan penyedia jasa (*operator*). Setiap sungai memiliki karakter tersendiri yang menjadi daya tarik, salah satunya adalah karena *grade* sungai tersebut.

Sungai Palayangan merupakan salah satu daya tarik wisata unggulan yang menjadi magnet bagi para turis asing maupun lokal untuk berwisata ke Kabupaten

Bandung. Air Sungai Palayangan yang mengalir deras dari Situ Cileunca memiliki debit air yang cukup setiap tahun, sehingga wisata olahraga *rafting* di Sungai Palayangan tetap bisa dilakukan meskipun pada musim kemarau. Selain itu, Sungai Palayangan juga memiliki kelebihan khusus yaitu memiliki pintu air yang bisa mengontrol debit air yang keluar dari Danau Situ Cileunca, sehingga meskipun hujan tidak akan ada banjir bandang yang mengancam saat pelaksanaan olahraga *rafting*.

Berikut Tabel 1.2 yang menunjukkan perkembangan kunjungan wisatawan yang mengikuti wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan melalui pintu masuk Situ Cileunca:

**TABEL 1.2**  
**JUMLAH PENGUNJUNG SITU CILEUNCA TAHUN 2010-2014**

Tahun	Kunjungan Wisatawan				
	<i>Outbound</i>	<i>Rafting</i>	Rekreasi	Lain-Lain	Jumlah
2010	14.285	<b>10.457</b>	27.371	1.504	53.617
2011	19.598	<b>21.196</b>	33.588	2.847	77.229
2012	15.467	<b>28.608</b>	38.802	4.371	85.547
2013	24.125	<b>61.827</b>	49.448	5.945	136.345
2014	42.256	<b>44.963</b>	55.209	7.423	150.516
<b>Jumlah</b>	115.731	<b>167.051</b>	204.418	22.090	

Sumber: Pengelola Situ Cileunca, 2014

Penelitian ini hanya difokuskan pada wisatawan yang mengikuti wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan (selanjutnya disebut partisipan). Tabel 1.2 diatas menjelaskan jumlah partisipan wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan melalui pintu masuk Situ Cileunca selama lima tahun terakhir mengalami kenaikan dan penurunan yang fluktuatif. Jumlah partisipan pada tahun 2010 ke tahun 2011 melonjak 102,69%, pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 34,96%, pada tahun 2013 kembali melonjak 116,11%, namun pada tahun 2014 mengalami penurunan 27,26%.

*Rafting* awalnya hanya diminati orang-orang tertentu seperti kelompok pecinta alam dan pecinta olahraga petualang. *Rafting* dapat dinikmati beramai-ramai tanpa memandang usia, status sosial, tingkat pendidikan dan profesi

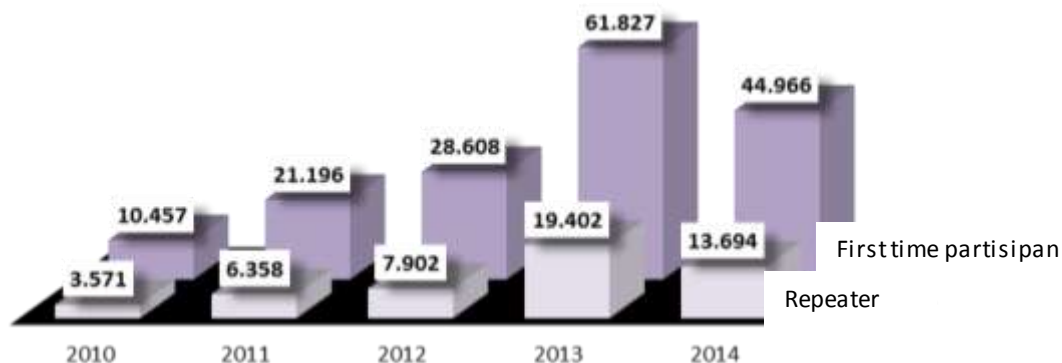
seseorang. Hal ini juga didukung oleh tenaga kerja yang dilatih secara profesional oleh perusahaan (*operator*) yang menyediakan jasa dan perlengkapan *rafting* yang aman untuk wisatawan. Tabel berikut menjelaskan data partisipan dari jumlah grup *operator rafting*:

**TABEL 1.3**  
**JUMLAH PARTISIPAN OPERATOR RAFTING TAHUN 2010-2014**

<i>Operator</i>	2010	2011	2012	2013	2014
Airis Adventure	1.495	2.683	3.512	7.002	4.300
Amazon Adventure	1.250	2.389	3.796	7.868	4.081
Anhang Adventure	1.379	3.165	3.847	8.261	5.518
Cakrawala Outbound	1.181	2.453	3.415	7.220	7.424
DNS Tour	1.172	3.078	4.065	7.896	6.127
Denbond Rafting	1.321	2.252	3.273	8.043	5.357
Gravity Adventure	1.108	2.603	3.574	8.124	4.173
Ronin Rafting	1.551	2.573	3.126	7.413	7.983
<b>Jumlah</b>	<b>10.457</b>	<b>21.196</b>	<b>28.608</b>	<b>61.827</b>	<b>44.963</b>

Sumber: Pengelola Situ Cileunca, 2014

Berdasarkan wawancara kepada *owner operator rafting* (27/1/2015), partisipan yang melakukan wisata olahraga *rafting* di Sungai Palayangan pada umumnya adalah partisipan yang baru pertama kali mengikuti (*first-time partisipan*) dalam rangka kegiatan *outbound* atau *gathering* melalui jasa *operator*, jarang yang datang secara *individual* (sendiri). Sedangkan untuk frekuensi *repeater* (partisipan yang melakukan kunjungan kembali) hanya sekitar 30% dari jumlah kunjungan pertahunnya, dikarenakan partisipan tidak terlalu mengetahui mengenai lokasi (*newbie*). Berikut Gambar 1.1 menjelaskan perbandingan jumlah partisipan dan *repeater rafting*:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

**GAMBAR 1.1**  
**PERBANDINGAN JUMLAH PARTISIPAN DAN REPEATER KE DAYA**  
**TARIK WISATA OLAHRAGA RAFTING SUNGAI PALAYANGAN**  
**TAHUN 2010-2014**

Berdasarkan Gambar 1.1, partisipan yang melakukan kunjungan kembali (*repeater*) ke daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan dari tahun 2010-2014 hanya mendapat jumlah *repeater* sekitar 30%. Pada tahun 2010 hanya mendapatkan 34,15% *repeater*, tahun 2011 mendapatkan 30% *repeater*, tahun 2012 hanya 27,62% *repeater*, tahun 2013 mendapatkan 31,38% *repeater*, sedangkan di tahun 2014 mendapat 30,45% *repeater*.

Dengan demikian, *intent to return* (niat berkunjung kembali) partisipan untuk melakukan wisata olahraga *rafting* di Sungai Palayangan masih rendah, terbukti pula dari menurunnya jumlah kunjungan wisatawan yang masuk melalui pintu Situ Cileunca pada tahun 2014.

Menurunnya jumlah *repeater* daya tarik wisata olahraga *rafting* dalam beberapa tahun terakhir, tentu menjadi ancaman tersendiri bagi pihak pengelola Sungai Palayangan. Hal ini membuat pihak pengelola Sungai Palayangan meminta agar para *operator* kembali mendominasi kegiatan *outbound* atau *gathering* di kawasan Kabupaten Bandung, terutama Sungai Palayangan yang menjadi lokasi wisata olahraga *rafting*nya.

Melihat permasalahan tersebut, pihak pengelola Sungai Palayangan bekerjasama dengan para *operator* untuk lebih memperhatikan *sport service quality* di daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan maupun Situ Cileunca, sebagai pintu masuk utama wisata olahraga *rafting* seperti halnya

Suci Fathimah Galalesha Natalia, 2015

**PENGARUH SPORT SERVICE QUALITY TERHADAP INTENT TO RETURN KE DAYA TARIK WISATA OLAHRAGA RAFTING: (Survey pada partisipan wisata olahraga rafting Sungai Palayangan)**

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

memperhatikan kelengkapan infrastruktur dan fasilitas yang ada. Sebagai yang orang yang melayani konsumen secara langsung, pengelola dan *operator* dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan olahraga (*sport service quality*) rafting yang baik selama proses penyampaian jasa kepada partisipan, agar dapat meningkatkan *repeater*.

Menurut Oliver, niat berkunjung kembali (*intent to return*) tercipta apabila perusahaan mampu menyediakan layanan yang berkualitas kepada partisipan. Lebih lanjut, maksud niat berkunjung kembali sangat penting karena konsumen membentuk sikap tentang penyedia jasa berdasarkan harapan mereka sebelumnya, tentang kinerja perusahaan, dan sikap ini mempengaruhi niat berkunjung mereka (dalam Shonk, 2008, hlm. 596).

Saat ini, banyak perhatian terpusat pada kepuasan total yang implikasinya mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup untuk membuat pelanggan loyal dan kembali lagi agar melakukan pembelian ulang. Maka, ketika wisatawan merasa puas atas pelayanan dan jasa yang didapatkan pada saat melakukan kunjungan wisata olahraga, besar kemungkinan wisatawan akan melakukan kunjungan kembali dan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga tentang perusahaan atau lokasi tersebut atas produk-produk (*rafting*) dan pelayanan yang telah diberikan.

Menurut Mackay dan Crompton (dalam Shonk, 2008, hlm. 588), *sport service quality* didefinisikan sebagai perbedaan layanan antara apa yang diharapkan dengan apa yang diterima oleh konsumen olahraga. Dimensi *sport service quality* terdiri dari *access quality*, *accommodation quality*, *venue quality* dan *contest quality* (Shonk, 2008, hlm. 592-595).

Berikut adalah Tabel 1.4 mengenai implementasi *sport service quality* di Sungai Palayangan:

**TABEL 1.4**  
**IMPLEMENTASI *SPORT SERVICE QUALITY* DI DAYA TARIK WISATA**  
**OLAHRAGA *RAFTING* SUNGAI PALAYANGAN**

*Sport Service Quality*

Implementasi

<i>Access Quality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tersedianya transportasi umum menuju Sungai Palayangan</li> <li>• Tersedianya petunjuk jalan yang benar menuju Sungai Palayangan</li> <li>• Tersedianya informasi mengenai wisata olahraga <i>rafting</i> Sungai Palayangan</li> </ul>
<i>Venue Quality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sungai yang ber-<i>grade</i> III atau memiliki jeram tidak beraturan</li> <li>• Peralatan wisata olahraga <i>rafting</i> (perahu karet, pelampung, helm, dayung, <i>dry bag</i>, pluit)</li> <li>• <i>Safety procedure</i> (<i>rescue kit</i>, <i>repair kit</i>, pompa, <i>throw bag</i> / tali lempar)</li> <li>• Situ Cileunca (area parkir, ruang pertemuan, ruang ganti / mandi)</li> </ul>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015

*Accommodation quality* dan *contest quality* tidak digunakan dalam penelitian ini karena, tidak adanya akomodasi yang terletak didekat Sungai Palayangan, sedangkan *contest quality* tidak digunakan karena tidak adanya *contest* (lomba) antar partisipan, hanya *contest* antar penggiat *rafting* tetapi jarang sekali diadakan.

Peningkatan kualitas layanan akan menghasilkan peningkatan kunjungan ulang tanpa adanya pengaruh dari pesaing. Pengunjung yang melakukan kunjungan ulang mungkin memiliki harapan yang berbeda jika mereka mengunjungi tempat yang berbeda di tujuan berbeda atau berpartisipasi dalam kegiatan yang berbeda. Mempertahankan pelayanan yang unggul di bidang pariwisata merupakan tantangan yang besar karena wisatawan yang mengkonsumsi jasa pariwisata akan menerima berbagai layanan secara terus menerus mulai dari meninggalkan rumah sampai kembali kerumah (Shonk, 2008, hlm. 590).

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, maka perlu dilakukan suatu penelitian mengenai **“PENGARUH SPORT SERVICE QUALITY TERHADAP INTENT TO RETURN KE DAYA TARIK WISATA OLAHRAGA**



***RAFTING* (Survey terhadap partisipan wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *sport service quality* yang terdiri dari *access quality* dan *venue quality* di daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan?
2. Bagaimana gambaran *intent to return* partisipan ke daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan?
3. Bagaimana pengaruh *sport service quality* yang terdiri dari *access quality* dan *venue quality* terhadap *intent to return* partisipan ke daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Gambaran *sport service quality* yang terdiri dari *access quality* dan *venue quality* yang ada di daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan.
2. Gambaran *intent to return* partisipan ke daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan.
3. Pengaruh *sport service quality* yang terdiri dari *access quality* dan *venue quality* terhadap *intent to return* partisipan ke daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas wawasan mengenai kajian ilmu pemasaran pariwisata khususnya dibidang pemasaran wisata olahraga, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola daya tarik wisata olahraga *rafting* Sungai Palayangan, pemerintah terkait dan *operator rafting* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan jumlah *repeater*.