

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian dalam bidang pariwisata yang sedang menjadi topik yang di kaji berkaitan dengan keputusan pembelian, yang diadopsi menjadi keputusan berkunjung. Permasalahan di industri pariwisata yang terjadi saat ini yaitu rendahnya tingkat keputusan berkunjung wisatawan pada suatu destinasi pariwisata. Penelitian yang dilakukan oleh Gibson, Xueqing Qi, dan Zhang pada wisatawan yang berkunjung ke Beijing Olympic Games di China menunjukkan hanya 8% wisatawan yang berniat untuk melakukan kunjungan ulang sebagai destinasi wisata.

Daya saing destinasi pariwisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan, karena wisatawan cenderung akan lebih memilih destinasi wisata yang aman. Keamanan dan keselamatan juga merupakan faktor penentu dalam memilih destinasi wisata. Sebuah studi global persepsi wisata konsumen CNN dan tren perilaku mengungkapkan bahwa keselamatan dan keamanan menjadi perhatian besar ketika memilih tujuan wisata internasional, 67% mengatakan keselamatan dan keamanan yang paling penting, 60% di dorong oleh harga dan reputasi, dan 55% mengatakan informasi yang tersedia dan di dorong oleh keragaman hal yang harus di lakukan/ keragaman fasilitas. Selain keamanan dan keselamatan wisatawan juga akan cenderung memilih destinasi wisata yang menarik, unik dan sesuai dengan apa yang di inginkan, dalam penelitian TripAdvisor pada tahun 2015, 29% wisatawan diseluruh dunia banyak yang mengatakan bahwa kegiatan lokal, pengalaman dan budaya sangat berpengaruh pada keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Selain itu 33% wisatawan asing memiliki alasan mengunjungi suatu destinasi wisata karena sesuai dengan apa yang diinginkan.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki daya saing sektor pariwisata yang baik, dan terus mengalami peningkatan. *World Economic forum*

menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat 70 dari 140 negara, hal tersebut menunjukkan adanya perbaikan setelah sebelumnya berada di peringkat 74 dari 140 negara. Indonesia merupakan salah satu negara dengan keanekaragaman potensi pariwisata yang melimpah, mulai dari potensi wisata alam hingga potensi wisata budaya, dari potensi wisata tersebut Indonesia dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan baik. Sektor Pariwisata pada tahun 2015 lalu berhasil menggaet 10,4 juta wisatawan mancanegara serta devisa yang dihasilkan mencapai Rp 144 triliun. Sektor pariwisata juga berhasil tumbuh di atas rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia dan regional ASEAN (www.marketeers.com). Hal ini diperkuat dalam Rencana Strategi BPPI menyatakan bahwa kontribusi pendapatan yang dihasilkan dari pengembangan pariwisata mampu menjadi tulang punggung perekonomian suatu negara.

TABEL 1.1
PERKEMBANGAN JUMLAH WISATAWAN
NASIONAL INDONESIA
TAHUN 2010-2013

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN
2010	5.053.269
2011	6.235.606
2012	6.750.416
2013	7.973.440

Sumber: Pusdatin Kemenparekraf & Badan Pusat Statistika, 2014

Tabel 1.1 menunjukkan adanya peningkatan kunjungan wisatawan nusantara pada setiap tahunnya. Namun peningkatan yang signifikan terjadi pada tahun 2010 menuju 2011 yaitu sebesar 8,26%. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang berwisata di Indonesia dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah motivasi untuk melakukan perjalanan wisata tersebut dengan berbagai tujuan tidak hanya untuk rekreasi semata. Wisatawan yang datang tentunya mengunjungi berbagai wilayah yang tersebar di Indonesia, dengan potensi pariwisata yang berada di tiap wilayah ini diharapkan mampu berkembang seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan. Dari sekian banyak wilayah yang tersebar, salah satu yang menjadi sasaran utama para wisatawan yaitu Provinsi Jawa Barat.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dialami juga oleh Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat menyebutkan bahwa pada tahun 2013 jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat meningkat 0,01 persen dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 29.385.697 orang. yang terdiri dari wisatawan nusantara yang berjumlah 28.361.263 orang dan wisatawan mancanegara sebesar yang berjumlah 1.024.434 orang. pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat meningkat signifikan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 34.677.903, yang terdiri dari wisatawan nusantara sebesar 33.617.999 orang dan wisatawan mancanegara sebesar 1.059.904 orang.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi yang memiliki banyak potensi wisata di dalamnya dan di dukung oleh kekayaan alam dan budaya yang dimiliki menjadi salah satu daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Jawa Barat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat mengemukakan potensi wisata Jawa Barat antara lain : Wisata Alam berupa pantai, pegunungan, hutan, sungai, air terjun, dan danau. Wisata budaya berupa situs purbakala, keraton dan peninggalan sejarah. Wisata seni seperti kriya/kerajinan, rumpun angklung, rumpun gamelan, rumpun teater, rumpun wayang, rumpun kecapian, rumpun helaran, rumpun bela diri, rumpun debus. Wisata rekreasi yaitu seperti bumi perkemahan Rancaupas selain itu di Jawa Barat juga terdapat Wisata lainnya seperti wisata kuliner, wisata belanja, wisata religi dan terdapat beberapa desa wisata seperti desa wisata Pasanggahan, desa wisata Sari Bunihayu, desa wisata Wangunharja, kampung adat Cirendeudeu, kampung adat Mahmud, kampung adat Sirna Resmi, kampung Ciptagelar, kampung Dukuh, kampung Gede Kasepuhan Ciptagelar, kampung Kuta, kampung Naga, kampung Pulo, dan kampung Urug.

Kampung Adat Cirendeudeu yaitu salah satu desa wisata yang berada di Jawa Barat, terletak di Kota Cimahi. Kampung Adat Cirendeudeu merupakan potensi wisata budaya yang memiliki sentuhan kreatif di dalamnya, kampung adat tersebut masih mempertahankan adat istiadat atau tradisi lama yang telah mengakar walaupun letaknya dekat dengan perkotaan, salah satu tradisi adat yang ada di kampung Adat Cirendeudeu yaitu tradisi pelaksanaan satu sura dan

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

masyarakat kampung Adat Cirendeude menganut kepercayaan sunda wiwitan. Selain itu keunikan lain dari kampung adat tersebut yaitu bahan makanan pokok yang mereka makan yang merupakan sebuah kreatifitas dari masyarakat desa tersebut. Dari keunikan tersebut Kampung Adat Cirendeude menjadi daya tarik wisata. Sehingga dengan peluang-peluang tersebut seharusnya kunjungan wisatawan ke kampung Adat Cirendeude menunjukkan peningkatan. Berikut merupakan data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeude Cimahi tahun 2012-2015, di tampilkan dalam Tabel 1.2 sebagai berikut.

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KAMPUNG ADAT
CIRENDEUDE CIMAH I TAHUN 2012-2015

TAHUN	JUMLAH WISATAWAN
2012	887 orang
2013	993 orang
2014	1169 orang
2015	898 orang

Sumber : data buku tamu Kampung Adat Cirendeude (2016)

Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeude Cimahi pada tahun 2012 berjumlah 887 wisatawan, lalu pada tahun 2013 jumlah wisatawan naik dari tahun sebelumnya dengan jumlah 993 wisatawan. Pada tahun 2014 wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeude mengalami kenaikan signifikan yaitu sejumlah 1.169 wisatawan, namun pada tahun 2015 jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Cirendeude Cimahi mengalami penurunan signifikan yaitu sejumlah 898 orang.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Cirendeude di sebabkan oleh tidak banyaknya hal yang bisa dilakukan pada saat wisatawan datang pertama kali ke Kampung Adat Cirendeude, selama beberapa tahun kebelakang Kampung Adat Cirendeude hanya menyajikan perayaan tahunan seperti upacara satu sura kepada wisatawan yang berkunjung selain itu, Kampung Adat Cirendeude hanya menampilkan atraksi seni sunda saja, sehingga wisatawan merasa cepat bosan. Selain itu, banyaknya destinasi wisata baru di Kota Cimahi yang

Salma Fatimah, 2017

**PENGARUH CREATIVE TOURISM TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG**

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

lebih menarik seperti, Alam wisata Cimahi atau biasa disebut AWC, taman wisata Pakuhaji, dan Desa wisata Ciwangun indah camp. Dengan banyaknya destinasi wisata baru tersebut sehingga semakin banyak pula pilihan dan membuat wisatawan sulit untuk memilih destinasi wisata yang akan dikunjungi. Selain itu kurangnya media promosi dari pihak pengelola Kampung Adat Cirendeudeu itu sendiri sehingga mengakibatkan wisatawan banyak yang belum mengetahui Kampung Adat Cirendeudeu.

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pada tahun 2015 akhir pengelola Kampung Adat Cirendeudeu mulai membuat program baru dengan mengadakan kegiatan yang melibatkan wisatawan, program atau kegiatan tersebut melibatkan wisatawan untuk terlibat aktif dalam kegiatan sehari-hari warga Kampung Adat Cirendeudeu itu sendiri, menurut Richard dan Wilson (2006:1215) di dalam jurnalnya bahwa kegiatan atau program yang melibatkan pengunjungnya terlibat aktif dapat disebut sebagai *creative tourism*. Selain itu juga, Kampung Adat Cirendeudeu termasuk kedalam rencana strategis (Renstra) Kota Cimahi tahun 2007-2012 mengenai pengembangan potensi pariwisata menjadi industri kepariwisataan yang berbasis ekonomi kreatif dengan tujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Cimahi pada umumnya dan ke Kampung Adat Cirendeudeu pada khususnya, serta berdasarkan revisi rencana tata ruang wilayah Kota Cimahi tahun 2010-2030 mengenai kriteria kawasan strategis wisata alam dan buatan.

Creative tourism telah menjadi tren wisata yang bertujuan untuk mengembangkan potensi budaya tradisional menjadi kreatif. Wisatawan memiliki tuntutan yang semakin tinggi tidak hanya ingin menikmati dan mengalami aktivitas wisata, tetapi juga ingin terlibat aktif secara lebih mendalam dalam kegiatan kreatif. Menurut Richard dan Wilson (2007:19) kombinasi yang menjadi tiga jenis dasar bentuk pengalaman *creative tourism* yaitu : *creative spectacles*, *creative spaces*, dan *creative tourism*. Dari kutipan di atas dapat diidentifikasi bahwa pembentuk atau dimensi dari *creative tourism* yaitu *creative spectacles*, *creative spaces*, dan *creative tourism*.

Implementasi *creative tourism* di Kampung Adat Cirendeudeu yaitu *creative spectacles*, *creative spaces*, dan *creative tourism* yang merupakan bentuk dari budaya yang kreatif yang di tawarkan kepada wisatawan, sehingga wisatawan dapat merasakan hal yang bersifat kebudayaan dan wisatawan juga dapat mengasah kreatifitasnya. Wisatawan merupakan orang yang mencari pengalaman tidak saja sebagai pengunjung, tetapi cenderung untuk terlibat dalam suatu pengalaman seni dan budaya. Kampung Adat cirendeudeu merupakan tujuan wisata yang menggunakan potensi adat istiadat serta kebudayaan yang sangat kental dan diberi sentuhan kreatif, dengan melibatkan wisatawan untuk melakukan kegiatan yang menjadi kebiasaan atau adat masyarakat Kampung Cirendeudeu itu sendiri. Dengan mengasah kreatifitasnya dan terlibat dalam suatu pengalaman budaya masyarakat Kampung Adat Cirendeudeu.

Program atau kegiatan yang ditawarkan oleh Kampung Adat Cirendeudeu tersebut merupakan suatu bentuk dari kreatifitas yang dapat disebut dengan *creative tourism*. Berikut merupakan kegiatan *creative tourism* di Kampung Adat Cirendeudeu disajikan dalam tabel 1.3.

TABEL 1.3
CREATIVE TOURISM KAMPUNG ADAT CIRENDEUDEU

<i>Creative Tourism</i>	Kegiatan di Kampung Adat Cirendeudeu
<i>Creative Spectacles</i>	Wisatawan dapat menyaksikan pertunjukan seni musik traditional sunda seperti karinding, kecapi dan gamelan yang terletak di Bale adat Kampung Adat Cirendeudeu.
<i>Creative Spaces</i>	Suasana perkampungan warga yang rukun dan harmonis, <i>design</i> bangunan Bale adat yang terbuat dari bambu yang mencirikan suasana khas dari budaya tradisional Kampung Adat Cirendeudeu.
<i>Creative Tourism</i>	Wisatawan dapat mengikuti kegiatan proses pengolahan singkong, seperti membuat beras singkong dan wisatawan juga dapat ikut membuat olahan aneka macam makanan khas Kampung Adat Cirendeudeu yang terbuat dari bahan dasar singkong.

Sumber : Modifikasi Kampung Adat Cirendeudeu Cimahi, 2016

Creative tourism di Kampung Adat Cirendeudeu ini diharapkan dapat efektif meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kampung Adat Cirendeudeu khususnya dan juga meningkatkan kunjungan wisatawan ke Kota Cimahi pada umumnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh *Creative Tourism* Terhadap Keputusan Berkunjung**” (survei terhadap wisatawan yang berkunjung ke Kampung Adat Cirendeudeu).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran *Creative Tourism* di Kampung Adat Cirendeudeu.
2. Bagaimana gambaran keputusan berkunjung wisatawan di Kampung Adat Cirendeudeu.
3. Bagaimana Pengaruh *Creative Tourism* terhadap keputusan berkunjung di Kampung Adat Cirendeudeu.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai bagaimana pelaksanaan *Creative Tourism* di Kampung Adat Cirendeudeu.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran keputusan berkunjung wisatawan ke Kampung Adat Cirendeudeu.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai Pengaruh *Creative Tourism* terhadap keputusan berkunjung di Kampung Adat Cirendeudeu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan ilmu *tourism marketing*

management. karena dengan memahami mengenai ilmu *marketing management* khususnya pada kajian *creative tourism* banyak ilmu yang bermanfaat, maka dari itu dengan memahami mengenai *creative tourism* akan berguna untuk meningkatkan kinerja destinasi wisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca, sebagai bahan informasi untuk membantu dalam melakukan penelitian lebih lanjut dalam bidang *marketing management* terutama berkaitan dengan konsep *creative tourism* dan dapat memberikan masukan bagi pemerintah Kota Cimahi dan Kampung Adat Cirendeuh untuk lebih meningkatkan kinerja dan mengembangkan pariwisata Kota Cimahi.