

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi sektor industri yang sangat besar di dunia. Pertumbuhan pariwisata saat ini merupakan bentuk nyata dari perjalanan sebuah bisnis global yang memang sangat menjanjikan karena pertumbuhan pariwisata itu sendiri mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dunia yang dihasilkan dari pergerakan wisatawan. Terutama dengan negara yang sangat mengandalkan pariwisatanya. Data yang ditunjukkan dari UNWTO (United Nations World Tourism Organization) diperkirakan pada tahun 2020 akan terjadi pergerakan sebanyak 1,6 miliar wisatawan dengan total perbelanjaan sebesar USD 2.000 miliar. Angka yang cukup fantastis ini hanya dihasilkan oleh wisatawan internasional saja di luar biaya transportasi yang dikeluarkan. Dengan masuknya Era Globalisasi yang dimana setiap unit kehidupan yang ada pada saat ini sangat saling berhubungan satu dengan yang lainnya, ada fasilitas yang mendukung pergerakan para manusia dalam setiap aktifitasnya. Pesatnya perkembangan pariwisata didukung oleh kondisi geografis dan keindahan alam di suatu negara. Kemewahan budaya dan keramahan penduduk lokal juga menjadi salah satu pendukungnya.

Akhir-akhir ini pariwisata di Indonesia sangat digalakkan oleh pemerintah Indonesia. Pariwisata mempunyai prospek yang sangat baik untuk masa depan bagi Negara Republik Indonesia. Hal ini dilihat dari perkembangan pergerakan pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat juga dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia yang terkenal dengan keindahan alam, keramahan penduduk, dan keanekaragaman budayanya. Dengan berkembangnya industri pariwisata di Indonesia, menjadi peluang bagi para pebisnis untuk turut bagian dalam sektor ini. Industri yang dikembangkan dalam usaha pariwisata ini pun semakin banyak macamnya. Terdapat 13 jenis usaha pariwisata yang disebutkan dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Salah satu jenis usaha tersebut adalah kawasan pariwisata dimana industri yang turut dikembangkan adalah destinasi wisata.

Beragam destinasi dengan berbagai tema mulai bermunculan, hal ini menjadi persaingan ketat bagi Industri yang bergerak di bidang ini. Perusahaan maupun organisasi yang bergerak dalam industri tersebut harus bergerak cepat dalam mencari dan mempertahankan pelanggan-pelanggannya atau dikatakan sebagai wisatawan. Strategi yang digunakan oleh para perusahaan maupun organisasi tersebut adalah menciptakan nilai yang akan diperoleh wisatawan, yang diharapkan menjadi keunikan dan keunggulan tersendiri sehingga mampu bersaing dengan yang lainnya.

Edukasi menjadi salah satu nilai yang ditawarkan dan diciptakan untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, mulai berkembang wisata edukasi yang kian bermunculan di berbagai tempat, termasuk di Bandung yang kini mulai terlihat bersaing destinasi wisata yang mengusung tema pendidikan sebagai nilai yang ditawarkan kepada wisatawan.

Masalah yang timbul dari semakin beragamnya aktivitas yang ditawarkan oleh berbagai destinasi wisata adalah tingkat kunjungan wisatawan yang fluktuatif. Semakin beragamnya aktivitas atau daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata memberikan banyak pilihan bagi wisatawan dalam menentukan kunjungan wisata. Hal tersebut tentu menjadi keuntungan tersendiri bagi wisatawan yang mana selalu ingin merasakan pengalaman baru di destinasi yang berbeda. Sehingga destinasi wisata akan kesulitan memperoleh wisatawan yang puas, karena wisatawan memiliki kesempatan untuk membandingkan aktivitas wisata lain yang memiliki nilai serupa.

Salah satu destinasi Kabupaten Bandung yang memiliki permasalahan dengan tingkat kepuasan wisatawan adalah Observatorium Bosscha. Kawasan wisata yang mengusung tema pendidikan sebagai daya tarik wisata ini, adalah salah satu pusat astronomi tertua yang ada di Indonesia, daya tarik yang ditawarkan adalah kita dapat mengamati keindahan benda-benda langit seperti bintang dan bulan pada hari dan jam tertentu. Dan kita pun dapat melihat cara kerja teleskop zeis dan melakukan peneropongan dengan teleskop portable dan teleskop Bamberg dengan catatan cuaca dalam keadaan cerah tidak berkabut dan tidak hujan. Namun jika cuaca tidak mendukung acara tetap berlangsung tanpa melakukan peneropongan. Hal hal tersebut adalah daya tarik tersendiri yang ditawarkan oleh Observatorium Bosscha.

Dengan keunggulan yang dimiliki Observatorium Bosscha ternyata belum bisa menjadikan destinasi tersebut unggul dalam tingkat kunjungan wisatawan. Data berikut menunjukkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Observatorium Bosscha.

**TABEL 1.1**  
**TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN GRUP OBSERVATORIUM**  
**BOSSCHA SETIAP TAHUN**

Kunjungan	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
TK	1,158	1,222	1,016	1,026	1,765	1,263	1,283
SD	13,929	14,854	13,988	12,064	13,054	14,855	13,009
SMP	15,962	15,262	15,082	12,351	15,333	11,886	14,523
SMA	9,606	11,653	8,663	7,601	9,150	6,302	6,944
Univ	2,728	2,306	2,958	2,160	2,810	1,980	1,846
Guru-guru	4,486	1,390	2,801	2,435	2,833	1,340	3,396
Umum	11,722	8,158	8,098	8,215	9,444	14,991	13,025
Jumlah	59,591	54,845	52,606	45,852	54,439	53,053	54,026

Sumber: Manajemen Observatorium Bosscha

Dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan yang mengalami penurunan terjadi dari tahun 2010 sampai tahun 2013 dan pada tahun 2014 mengalami kenaikan, tetapi pada tahun selanjutnya mengalami penurunan kembali dan baru mengalami kenaikan kembali pada tahun 2016. Setelah dilakukan wawancara oleh pengelola pihak Observatorium Bosscha, disepakati bahwa salah satu penyebab turunnya kunjungan adalah pengunjung yang melakukan kunjungan belum sepenuhnya merasakan puas dengan yang ditawarkan oleh Observatorium Bosscha, baik dari segi daya tarik wisata, pelayanan serta pengalaman wisata edukasi yang didapatkan.

Masalah yang terjadi harus segera diselesaikan. Dampak yang timbul dari permasalahan pengunjung yang belum bahkan tidak merasa puas adalah semakin sedikitnya wisatawan yang mengunjungi Observatorium Bosscha dan kepercayaan pengunjung terhadap kualitas produk dan jasa yang dimiliki Observatorium Bosscha semakin berkurang, sehingga berpengaruh terhadap perekonomian perusahaan. Yaitu pada penghasilan yang diperoleh destinasi, karena biaya yang

dikeluarkan relatif sama, sementara pendapatan berkurang. Selain itu, dampak bisa berpengaruh pada citra destinasi yang menjadi kurang baik karena belum mampu memperbaiki masalah tersebut.

Beberapa hal dapat dilakukan mengatasi permasalahan tersebut, Meningkatkan pelayanan dan kinerja SDM menjadi cara yang sering ditempuh oleh perusahaan maupun organisasi untuk mendapatkan dan mempertahankan kepuasan. Selain itu, menurut Kotler dan Amstrong dalam Musanto (2004, hlm. 125) Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan menjadi salahsatu cara meningkatkan kepuasan.

Menurut Bi-Jen Fan dalam Obonyo (2011, hlm. 37) menyatakan bahwa pengalaman adalah kunci faktor dalam hal motivasi untuk kembali berpartisipasi, untuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengalaman baik yang didapatkan wisatawan tentu memberikan kepuasan tersendiri, dan pengalaman yang buruk berdampak pada ketidakpuasan yang dirasakan wisatawan.

Kotler dan Keller (2012, hlm. 128) menyebutkan secara umum, kepuasan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan.

Observatorium Bosscha, sebagai destinasi yang mengalami masalah kepuasan pengunjung melaksanakan program-program yang berkaitan dengan tema wisata yang diusung. Implementasi yang dilakukan oleh Observatorium Bosscha sebagai destinasi wisata pendidikan adalah meningkatkan nilai pengalaman agar mampu memberikan pengalaman wisata edukasi kepada wisatawan atau disebut juga *educational tourism experience*. Pengalaman yang diberikan berkaitan dengan konsep wisata edukasi yang diusung.

*Educational tourism experience* dipilih sebagai penyelesaian masalah kepuasan pengunjung di Observatorium Bosscha karena destinasi tersebut memiliki konsep wisata edukasi sebagai bisnis utama perusahaan yang diperuntukkan bagi pengunjung grup yang mayoritas didominasi oleh sekolah dari berbagai tingkat pendidikan.

Wisata pendidikan merupakan bagian dari macam bentuk pariwisata dari segi maksud dan tujuannya yang menawarkan berbagai macam produk, layanan dan pengalaman. Menurut Williams (2010) dalam artikelnya mengatakan bahwa

pariwisata pendidikan adalah kegiatan wisata yang dilakukan oleh orang-orang yang melakukan liburan semalam dan mereka yang melakukan sebuah perjalanan untuk pendidikan dan pembelajaran, baik itu merupakan bagian primer atau sekunder dari perjalanan mereka.

Menurut Pekarik, Doering and Karns (1999) didalam Jan Packer (2008) Mengemukakan bahwa Kepuasan Pengalaman Edukasi, diklasifikasikan dengan 4 kategori, yaitu *Object experiences*, *Cognitive experiences*, *Introspective experiences*, *Social experiences* .

*Object experiences* berfokus pada sesuatu di luar pengunjung, dan termasuk melihat "Hal yang nyata, "melihat benda langka atau berharga, dan tergerak oleh keindahan.

*Cognitive experiences* berfokus pada aspek interpretif atau intelektual dari Pengalaman, dan termasuk memperoleh informasi atau pengetahuan, atau memperkaya wawasan.

*Introspective experiences* berfokus pada perasaan dan pengalaman pribadi, seperti Membayangkan, mencerminkan, mengenang dan menghubungkan.

*Social experiences* berfokus pada interaksi dengan teman, keluarga, pengunjung lain atau Staf museum.

Menurut Read (1980) didalam Ritchie (2003, hlm. 29) mengemukakan bahwa syarat dari *Special Interest Travel* harus dihapuskan dan digantikan menjadi REAL travel (*Rewarding, Enriching, Adventurous, Learning Experience*). Permintaan dari pariwisata dewasa ini menarik minat edukasi dan pembelajaran sebagai sebuah bagian dari pengalaman pariwisata dan perjalanan.

Berdasarkan hal-hal yang telah diungkap sebelumnya maka masih menjadi pertanyaan mengenai apakah *educational tourism experience* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan di Observatorium Bosscha. Maka dari itu peneliti perlu melakukan suatu penelitian mengenai ‘**Upaya Meningkatkan Kepuasan Melalui Educational Tourism Experience**’ Survey dilakukan pada wisatawan grup yang mengikuti aktivitas wisata edukasi di Observatorium Bosscha.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran *Educational Tourism Experience* di Observatorium Bosscha
2. Bagaimana gambaran Kepuasan Wisatawan di Observatorium Bosscha
3. Bagaimana pengaruh *Educational Tourism Experience* Terhadap Kepuasan Wisatawan di Observatorium Bosscha

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh temuan mengenai *Educational Tourism Experience* di Observatorium Bosscha
2. Untuk memperoleh temuan mengenai Kepuasan Wisatawan di Observatorium Bosscha
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *Educational Tourism Experience* terhadap Kepuasan Wisatawan di Observatorium Bosscha

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu tentang *educational tourism experience* dan kepuasan wisatawan sehingga penelitian ini dapat berguna bagi para mahasiswa Manajemen Pemasaran Pariwisata pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya, serta dapat memberikan saran bagi peneliti untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya.

### 1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu memecahkan masalah kepuasan wisatawan di Observatorium Bosscha melalui *educational tourism experience* agar kepuasan wisatawan semakin tinggi dan lebih baik lagi.