

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling diandalkan dalam pembangunan nasional. Perkembangan pariwisata mempengaruhi pembangunan nasional khususnya mendukung perekonomian negara. Pariwisata sangat berpengaruh terhadap beberapa bidang yang mendukung perekonomian yaitu termasuk semakin berkembangnya bidang perhubungan, bidang kerajinan, dan bidang industri kreatif. Sehingga pariwisata memberikan devisa cukup besar bagi negara. Menurut Kementerian Pariwisata pada tahun 2015 menyatakan bahwa “sektor pariwisata menjadi urutan ke 4 pada pemasukan devisa negara yaitu sekitar 12.225.89 Juta USD”. Pariwisata berada pada urutan ke 4 setelah minyak dan gas bumi, batu bara, dan minyak kelapa sawit dari 12 jenis komoditas lainnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Pitana dan Gayatri (2005, hlm.40) bahwa “Pariwisata telah menjadi salah satu industri andalan utama dalam menghasilkan devisa negara”.

Dalam rangka mencapai tujuan pengembangan pariwisata maka pembangunan pariwisata harus diarahkan pada pemanfaatan sumber daya alam. Semakin besar sumber daya alam yang tersedia di suatu negara, maka semakin besar pula harapan untuk mencapai tujuan pembangunan dan pengembangan pariwisata. Tujuan pengembangan pariwisata akan berhasil dengan optimal bila ditunjang oleh potensi daerah berupa obyek wisata baik wisata alam maupun wisata buatan manusia. Yoeti (1985: 5), mengatakan bahwa pembangunan dan pengembangan daerah menjadi daerah tujuan wisata tergantung dari daya tarik itu sendiri yang dapat berupa keindahan alam, tempat bersejarah, tata cara hidup bermasyarakat maupun upacara keagamaan. Dari uraian tersebut diatas sektor kepariwisataan perlu mendapat penanganan yang serius karena kepariwisataan adalah kegiatan lintas sektoral dan lintas wilayah yang saling terkait ,diantaranya dengan sektor industri, perdagangan, pertanian, perhubungan, kebudayaan, sosial ekonomi, politik, keamanan serta lingkungan.

Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Potensi ini terdiri dari keindahan alam, keanekaragaman hayati, keunikan dan kekhasan budaya, serta beragamanya situs peninggalan sejarah yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Setiap daya tarik wisata di Jawa Barat dapat dijadikan dan dikembangkan sebagai objek wisata atau daerah tujuan wisata. Objek wisata yang memiliki daya tarik wisata akan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung sehingga terciptanya kegiatan wisata.

Salah satu daerah di Jawa Barat yang sedang mengalami perkembangan pesat dalam bidang pariwisata adalah Kota Bandung. Kota Bandung adalah salah satu Kota di Jawa Barat yang selalu menjadi sorotan dalam bidang pariwisata. Kota Bandung memiliki potensi wisata yang dapat memenuhi segala kebutuhan pariwisata jika dimanfaatkan secara optimal. Pembangunan sarana prasarana secara terus menerus menjadi salah satu pendukung pariwisata di Kota Bandung. Selain itu, Aktivitas wisata di Kota Bandung mendorong peningkatan pembangunan fasilitas pendukung pariwisata, pada akhirnya hal tersebut akan mendorong perkembangan fasilitas hiburan baru (Yudistira dan Octavia, 2016:1243).

Faktor yang mendorong Kota Bandung menjadi tujuan pariwisata salah satunya yaitu posisi Kota Bandung sebagai pusat pemerintahan, pusat perekonomian, pusat perdagangan dan industri di Jawa Barat sehingga menjadikan Kota Bandung sebagai pusat kegiatan jasa dan kegiatan perekonomian Jawa Barat. Serta kondisi geografis yang mendukung Kota Bandung menjadi salah satu tujuan utama wisata di Jawa Barat. Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kota Bandung dapat berkembang sebagai “kota jasa dan pariwisata” (RIPPDA Kota Bandung 2006).

Sejak dibukanya Tol Cipularang, Kota Bandung telah menjadi tujuan utama dalam menikmati liburan akhir pekan terutama bagi masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Berdasarkan rekapitulasi data wisatawan yang datang ke Kota Bandung Tahun 2010- 2014 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung di Destinasi Wisata Kota Bandung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari data wisatawan yang datang ke Kota Bandung Menurut *Dinas Pemuda Olahraga*

Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung “rata- rata kenaikan selama lima tahun yaitu sekitar 267.885 atau sekitar 4,8 % kenaikan pertahunnya.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung di Kota Bandung

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Nusantara	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

Sumber : PPID Kota Bandung

Dalam perkembangan pariwisata di Kota Bandung mengalami masa naik turun yang disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung. Faktor tersebut terdiri dari faktor eksternal maupun faktor internal. Faktor internal dapat berupa kepribadian seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan hingga penghasilan. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa faktor yang berasal dari luar diri wisatawan. Salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah faktor geografi.

Faktor geografi yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung yaitu lokasi. Menurut Pangenggar (2014, hlm. 7) menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga apabila lokasi semakin baik dan memadai semakin baik pula keputusan pembelian yang dihasilkan. Selain lokasi, faktor geografi lainnya yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung adalah aksesibilitas. Menurut Syahrul (2014, hlm. 78) aksesibilitas termasuk kedalam kategori cukup mempengaruhi keputusan berkunjung. Aksesibilitas yang semakin baik maka terdapat kemudahan bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata.

Diferensiasi areal adalah salah satu faktor geografi yang berarti konsep yang membedakan antara dua wilayah untuk menunjukkan adanya perbedaan antara satu wilayah dengan wilayah lain. Sedangkan pariwisata adalah kegiatan bepergian dari tempat asalnya menuju tempat lain yang umumnya memiliki perbedaan dengan daerah asalnya. Dilihat dari pengertian secara singkat mengenai diferensiasi areal dan pariwisata maka diferensiasi areal mempengaruhi keputusan

berkunjung. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan Pandensolang dan Tawas (2015, hlm. 1122) yang menyatakan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya kenaikan atau penurunan diferensiasi produk akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor lain dari geografi yang mempengaruhi keputusan berkunjung adalah nilai kegunaan. Sumber daya pariwisata baru dianggap sebagai sumber daya apabila memiliki nilai kegunaan. Nilai kegunaan dalam pariwisata sendiri terdapat pada potensi suatu wilayah untuk dijadikan objek wisata. Jika suatu objek wisata memiliki daya tarik wisata maka secara langsung objek wisata tersebut memiliki konsep nilai kegunaan. Senada dengan Warpani (2007) yang menyatakan “potensi Daerah Tujuan Wisata (DTW) sangat berpengaruh terhadap pilihan wisatawan untuk berkunjung sesuai dengan minat/maksud kunjungannya, namun masih tergantung pada kondisi daya tarik potensi wisata itu sendiri”. Artinya semakin ditingkatkan daya tarik wisata maka jumlah keputusan pun semakin meningkat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dilihat dari pentingnya keputusan berkunjung sebagai bagian dari faktor psikologis wisatawan. Maka, menganalisis keputusan berkunjung dapat menjadi suatu masukan bagi penyedia pariwisata ataupun pemerintah untuk menyediakan dan memperbaiki faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung salah satunya adalah faktor geografi. Faktor geografi tersebut meliputi lokasi, aksesibilitas, diferensiasi areal dan nilai kegunaan. Melalui beberapa uraian diatas mengenai faktor geografi dan keputusan berkunjung. Peneliti tertarik untuk meneliti sehingga berfokus pada penelitian dengan judul “**Pengaruh Faktor Geografi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Kota Bandung.**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu bagian yang sangat penting dari sebuah penelitian. Dapat dikatakan bahwa kemampuan peneliti untuk menemukan dan merumuskan masalah bisa menjadi salah satu ukuran untuk menyatakan bahwa peneliti mengetahui dengan baik permasalahan yang akan diteliti dan akan dapat menyelesaikan penelitiannya (Wardiyanta, 2006, hlm.15). Untuk itu ada beberapa rumusan masalah yang sudah dirumuskan oleh penulis sebagai salah satu ukuran

bahwa seorang peneliti benar-benar mengetahui dengan baik permasalahan yang akan diteliti.

Seiring berjalannya waktu pariwisata semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan ini terjadi khususnya pada banyaknya daerah tujuan wisata yang semakin banyak dengan berbagai jenis. Berkaitan dengan kemajuan pada bidang pariwisata sangat berpengaruh secara jelas dalam kehidupan sehari – hari salah satunya adalah keputusan berkunjung. Pada bidang pariwisata keputusan berkunjung merupakan salah satu elemen penting sebagai salah satu faktor psikologi kemana wisatawan akan berwisata. Keputusan berkunjung sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam pariwisata salah satunya adalah faktor geografi. Pada dasarnya pariwisata dan geografi adalah satu kesatuan ilmu yang saling berhubungan membahas mengenai keterkaitan antar alam, antar aspek manusia dan aspek manusia dan alam. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka terdapat beberapa pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor – faktor geografi terhadap keputusan berkunjung wisatawan ?
2. Faktor – faktor geografi apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kota Bandung ?
3. Apakah faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kota Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

Selaras dengan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian menjadikan sebuah hasil yang nantinya akan menjadi jawaban dari segala pertanyaan dalam penelitian ini. Berikut adalah Tujuan dari Penelitian Penulis.

1. Menganalisis pengaruh faktor – faktor geografi terhadap keputusan berkunjung wisatawan .
2. Mengidentifikasi faktor – faktor geografi yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kota Bandung .
3. Menganalisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Inti dari sebuah penelitian yang berkualitas adalah dapat memberikan manfaat dari sebuah penelitian, penulis mencantumkan sejumlah manfaat yang dapat dirasakan dari penelitian ini yang sebagian diantaranya didasari oleh latar belakang melakukan kajian ini yaitu :

a. Manfaat bagi Pemerintah

Manfaat penelitian ini bagi Pemerintah sebagai suatu informasi data bagi pemerintah mengenai pengaruh faktor geografi terhadap keputusan berkunjung di Kota Bandung.

b. Manfaat bagi Masyarakat

Manfaat penelitian ini bagi masyarakat sebagai bahan masukan bagi masyarakat untuk lebih mengetahui pengaruh faktor geografi terhadap keputusan berkunjung di Kota Bandung

c. Manfaat bagi Peneliti lain

Manfaat penelitian ini bagi peneliti lain sebagai masukan dan referensi bagi peneliti mengembangkan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan Geografi, Pariwisata, dan geografi pariwisata.

d. Manfaat bagi Bidang Ilmu

Manfaat penelitian ini bagi bidang ilmu sebagai sumbangan pemikiran terhadap pengembangan disiplin ilmu geografi, khususnya Geografi Pariwisata, dan Geografi manusia.

e. Manfaat bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti sebagai salah satu sumber data dan informasi bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

E. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Pengaruh adalah “daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang” (Depdikbud, 2001:845). Dalam penelitian ini pengaruh yang dicari adalah ada atau tidaknya pengaruh antara faktor geografi terhadap keputusan berkunjung wisatawan Di kota Bandung.

2. Faktor Geografi

Pengertian geografi menurut Bintarto dalam Susanti (2005, hlm. 5) adalah ilmu yang mempelajari sifat bumi, menganalisis gejala-gejala alam dan penduduk serta memberi corak yang khas mengenai kehidupan dan mencari fungsi dari unsur-unsur dalam ruang. Geografi adalah ilmu yang mempelajari seluk beluk permukaan bumi serta interaksi (hubungan timbal balik) antara manusia dengan lingkungannya. Geografi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah lingkungan geografi fisik dan geografi sosial yang terkait dengan pariwisata. Dalam penelitian ini faktor geografi yang dimaksud adalah konsep geografi yang menjadi dasar dalam menjelaskan fenomena pariwisata yang terdiri dari lokasi, aksesibilitas, diferensiasi areal, dan nilai kegunaan.

3. Keputusan Berkunjung

Kotler dan Armstrong (2001:226) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Citra Sugianto Putri, 2016, hlm. 595). Keputusan berkunjung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Sejauh mana faktor geografi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan di Kota Bandung.