

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dewasa ini telah berkembang sejalan dengan perkembangan zaman. Dimana pada saat ini pariwisata telah dianggap sebagai salah satu industri terbesar di dunia. Pada abad ke-21 perhatian pariwisata sudah sangat meluas. Hal tersebut dikarenakan pariwisata mampu mendatangkan banyak manfaat dan keuntungan terutama pada sektor ekonomi bagi suatu daerah bahkan suatu negara tertentu. Oleh karena itu banyak negara yang memfokuskan pengembangan pariwisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi termasuk di Indonesia.

Pada saat ini pemerintah mengoptimalkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan Indonesia karena sektor pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar pada perekonomian bagi Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya destinasi yang dimiliki oleh Indonesia. Berdasarkan beberapa data yang telah dihimpun, tercatat bahwa Jakarta, Jawa Barat, dan Bali sebagai destinasi favorit bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Selain itu, Indonesia memiliki keunikan budaya dan bahasa yang mampu menambah daya tarik untuk wisatawan.

Jawa Barat adalah salah satu Provinsi yang menjadi primadona bagi wisatawan untuk berwisata. Dilihat dari letak geografisnya, Jawa Barat memiliki letak yang strategis dimana wisatawan mampu dengan mudah untuk mendapatkan akses menuju Jawa Barat. Banyak fasilitas transportasi yang dapat digunakan untuk menuju Jawa Barat. Selain itu, Jawa Barat memiliki keanekaragaman jenis wisata baik wisata alam maupun wisata buatan yang menjadikan Jawa Barat memiliki daya tarik wisata yang sangat beragam sehingga dapat memanjakan wisatawan untuk melakukan berbagai aktivitas.

Bandung Raya merupakan salah satu daerah yang menjadi daerah tujuan pariwisata baik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Potensi yang dimiliki terbilang sangat potensial. Mengingat letak geografisnya yang strategis dengan dengan kota besar seperti Jakarta, dll.

Tabel 1.1
Kunjungan Objek Wisata di Bandung Raya 2017

Kabupaten/Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
Kabupaten Bandung	578.321	3.385.860	3.964.181
Kabupaten Sumedang	352	427.132	427.484
Kabupaten Bandung Barat	480.531	1.405.920	1.886.451
Kota Bandung	432.271	1.431.290	1.863.561
Kota Cimahi	351	1.372	1.723

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa jumlah kunjungan ke Bandung Raya baik Kota Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, dan kabupaten Sumedang (kecamatan Jatinangor dan kecamatan Sukasari) terbilang sudah sangat besar dibandingkan dengan kota/kabupaten yang lain yang berada di Jawa Barat. Dapat dilihat kunjungan wisatawan nusantara untuk Kabupaten Bandung sebesar 578.321 untuk wisatawan mancanegara dan untuk wisatawan nusantara sebesar 3.385.860 jiwa. Sedangkan untuk Kota Bandung yaitu sebesar 432.271 wisatawan mancanegara dan untuk wisatawan nusantara sebesar 1.431.290 jiwa. Lalu untuk Kabupaten Bandung Barat memiliki kunjungan wisata sebesar 480.531 wisatawan mancanegara dan 1.405.920 wisatawan nusantara. Dan Kota Cimahi sebesar 351 wisatawan mancanegara dan 1.372 wisatawan nusantara. Dan Kabupaten Sumedang secara keseluruhan sebesar 352 jiwa wisatawan mancanegara dan 427.132 jiwa wisatawan nusantara. Perbandingan jumlah kunjungan tersebut dapat dikatakan signifikan jika dibandingkan dengan daerah yang lain.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan tidak terlalu jauh antara satu destinasi dengan destinasi lainnya, tiga destinasi yang mendominasi daya saing destinasi yaitu Kabupaten Bandung, Kota Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat. Hanya saja untuk Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang (Kecamatan Jatinangor dan Kecamatan Sukasari) masih sangat jauh dari jumlah angka di ketiga destinasi yang mendominasi untuk wilayah Bandung Raya. Dan berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa daya saing antara satu

destinasi dengan destinasi yang lain sangat tinggi dan mengharuskan para pengelola daya tarik wisata juga pemerintah terkait untuk bekerja keras lagi dalam mengembangkan destinasinya guna dapat berdaya saing agar tetap bisa mempertahankan dominasi kunjungan wisata.

Pada wilayah Bandung Raya sendiri, selain wisata alam yang sudah memiliki daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, saat ini terdapat banyak destinasi wisata buatan yang bermunculan menjadikan destinasi wisata di Bandung Raya menjadi semakin beragam. Dengan semakin banyaknya destinasi wisata yang bermunculan, daya saing suatu destinasi terus dikembangkan agar tetap eksis dan mampu mendatangkan keuntungan bagi destinasi tersebut. Banyak destinasi yang membuat terobosan-terobosan agar memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan destinasi yang lainnya.

Daya saing destinasi sendiri menjadi hal yang sangat di perlukan oleh suatu daerah maupun negara, karena hal tersebut mampu menambah nilai ekonomis. Selain itu daya saing itu sendiri merupakan kemampuan bagi suatu destinasi, daerah maupun negara. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ritchie & Crouch (2003) yang menyebutkan bahwa daya saing destinasi adalah kemampuan suatu negara untuk menciptakan nilai tambahan dan meningkatkan kekayaan nasional dengan mengelola aset, dan proses, daya tarik, agresivitas dan kedekatan serta mengintegrasikan hubungan ini dalam suatu model ekonomi dan sosial yang masuk ke dalam akun destinasi alam dan pelestarian untuk generasi masa depan.

Daya saing memiliki peran dalam mensukseskan suatu destinasi agar tetap eksis ketika banyak pesaing yang bermunculan. Saat ini, banyak bermunculan daya tarik baru yang menjadi pesaing bagi suatu destinasi yang sudah ada sejak lama. Oleh karena itu, banyak para pengelola mencari strategi agar mampu bersaing dengan destinasi yang lainnya. Suatu destinasi yang memiliki strategi dan karakteristik dalam daya saing mampu menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan membuat konsumen memberikan nilai yang baik bagi destinasi tersebut. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Dann, 1977) dalam Prof. Ashok Singh (2016) yang menyebutkan bahwa atribut destinasi adalah faktor-faktor daya tarik. Faktor-faktor daya tarik dapat menyebabkan wisatawan individu untuk memilih satu tujuan di atas yang lain setelah keputusan untuk melakukan

perjalanan telah dibuat. Pertama, wisatawan didorong oleh kebutuhan mereka, ingin membuat keputusan “apakah akan pergi”, dan kemudian ditarik oleh atribut destinasi untuk membuat keputusan “kemana harus pergi”. Oleh karena itu, atribut destinasi sangat penting untuk suatu destinasi dimana menjadikannya sukses dalam menarik lebih banyak wisatawan.

Destinasi yang memiliki atribut destinasi yang lengkap mampu bersaing dan mampu menarik konsumen yang lebih banyak. Setiap konsumen menginginkan suatu destinasi yang memiliki atribut lengkap. Hal tersebut dikarenakan dengan lengkapnya atribut destinasi akan membuat konsumen nyaman dan dapat melakukan berbagai aktifitas yang seharusnya mereka dapatkan di destinasi tersebut. Menurut (Porter, 1985) dalam Sebastian Vengesayi (2017) mengatakan bahwa strategi bersaing adalah mencari posisi kompetitif yang menguntungkan dalam sebuah industri. Hal ini bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan melawan pasukan yang menentukan persaingan industri. Sehingga proses yang dilakukan dalam setiap hal guna meningkatkan daya saing suatu destinasi sangat diperlukan baik dari kinerja, kualitas pelayanan dan hal lainnya.

Daerah yang memiliki daya saing yang kuat dan unggul dengan daerah lainnya, tentunya akan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Keunggulan daya saing ini dapat dilihat dari pengembangan potensi yang dimiliki sarana dan prasarana yang memadai serta pelayanan yang baik dan memuaskan (Sholeh, 2010). Menurut Ritchie dan Crouch (2003) apa yang membuat destinasi menjadi kompetitif adalah kemampuannya untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan dan menarik perhatian, meningkatkan jumlah pengunjung ke destinasi sembari memberikan layanan yang berkualitas kepada mereka dan memberikan pengalaman yang memuaskan.

Berdasarkan penelitian Ritchie dan Crouch (2003), peneliti melihat bahwa wilayah Bandung Raya juga memiliki beberapa destinasi yang bersaing di dalamnya, destinasi yang ada didalamnya memiliki kemampuan untuk meningkatkan pengeluaran wisatawan. Selain itu terdapat banyak daya tarik yang memiliki keunikan dan ciri khas sehingga mampu menarik perhatian wisatawan untuk mengunjunginya. Keunikan, ciri khas yang dimiliki tentu dapat

meningkatkan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, daya saing antara satu destinasi dengan destinasi yang lain di wilayah Bandung Raya ini sangat tinggi.

Berdasarkan penuturan Ritchie dan Crouch (2003) bahwa kemampuan destinasi untuk berdaya saing dengan destinasi lainnya dapat dilihat dari peningkatan pengeluaran wisatawan, menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi dengan berbagai cara baik peningkatan kualitas di destinasi tersebut, pengelolaan yang baik, inovasi yang dilakukan dan keunikan dari destinasi tersebut. Karena hal tersebut perlu untuk dilakukan guna meningkatkan potensi yang dimiliki oleh suatu destinasi sehingga destinasi tersebut mampu untuk dijual kepada wisatawan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana karakteristik destinasi dalam daya saing dengan destinasi yang lainnya. Hal ini dirasa penting mengingat daya saing antara satu destinasi dengan destinasi yang lainnya adalah hal yang mampu membuat destinasi tersebut menjadi sukses dan menghasilkan manfaat bagi pengelola dan masyarakat sekitar baik dari sektor ekonomi maupun yang lainnya. Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk membuat penelitian dengan judul **“Analisis karakteristik destinasi yang Berdaya Saing di Wilayah Bandung Raya Provinsi Jawa Barat”**

1.2 Rumusan Masalah

Seperti yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki fokus permasalahan sebagai berikut:

1. Atribut apa yang menjadi faktor-faktor destinasi yang berdaya saing?
2. Bagaimana karakteristik destinasi yang berdaya saing?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Berikut adalah tujuan penelitian:

1. Untuk menganalisis atribut apa yang menjadi faktor utama dalam daya saing destinasi.
2. Untuk menganalisis bagaimana karakteristik destinasi yang berdaya saing di suatu destinasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan faktor atribut dalam daya saing destinasi wisata sehingga dapat memberikan pengetahuan baru dalam bidang pariwisata khususnya dalam daya saing destinasi wisata.

Bagi pengelola, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai atribut apa saja yang berperan dalam daya saing pada suatu destinasi wisata sehingga dapat meningkatkan bisnis mereka pada industri pariwisata.

Bagi penelitian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengaplikasian ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.

1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Skripsi ini disusun sebagai penyusunan skripsi yang menginduk kepada sistematika penelitian yang tercantum pada buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah UPI 2017. Berikut sistematika yang digunakan:

JUDUL

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

a. BAB I: PENDAHULUAN

Berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

b. BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

c. BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti Desain Penelitian, Lokasi, Variabel, Definisi Operasional, Instrumen Penelitian, dan Teknik Pengumpulan Data.

d. BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai temuan dalam penelitian yang dilakukan serta hasil pembahasan dalam penelitian yang dilakukan.

e. BAB V: KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berisi kesimpulan akan jawaban rumusan masalah penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN