

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis atribut destinasi Kota Bandung yang dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan. Sudah banyak literatur atau penelitian yang telah membahas atribut destinasi, namun literatur atau penelitian tersebut akan berbeda hasilnya jika diteliti di destinasi yang berbeda. Meskipun sudah banyak literatur atau penelitian mengenai atribut destinasi namun masih jarang penelitian yang menghubungkan atribut destinasi dengan pengalaman wisata yang berkesan. Atribut destinasi yang dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan menurut Kim (2014) diantaranya adalah infrastruktur, harga, aksesibilitas, budaya lokal, fisiografi, hiburan, manajemen lingkungan, keamanan, kualitas pelayanan, keamanan, keramah tamahan, keterikatan, superstructure, aktivitas dan event khusus.

Destinasi terdiri dari beberapa atribut yang secara signifikan mempengaruhi wisatawan pada tahap yang berbeda-beda. Sebagai contoh, hal yang mempengaruhi pemilihan destinasi dapat dilihat dari (pemandangan, tempat belanja, pertukaran budaya, infrastruktur, keamanan, dan aktivitas). Wisatawan biasanya tertarik dengan destinasi wisata yang memiliki atribut yang berhubungan dengan kegiatan wisata dan tempat-tempat yang baru dan berbeda dari daerah asal mereka. Atribut itu yang kemudian menjadi komponen pengalaman yang akan didapatkan oleh wisatawan selama berkunjung ke destinasi tersebut. Pengalaman yang didapatkan oleh wisatawan pastilah berbeda pada setiap tempat wisata yang mereka kunjungi meskipun objek wisatanya sama tapi pengalaman yang akan didapatkan pasti berbeda antara tempat yang satu dengan tempat yang lain. Suatu tempat wisata dapat memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan yang berkunjung, sehingga wisatawan akan selalu mengingat tempat wisata tersebut karena pengalaman yang mereka dapatkan dari tempat tersebut sulit untuk dilupakan dan meninggalkan kesan yang mendalam bagi mereka.

Atribut destinasi wisata merupakan elemen yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Lew, 1987). Wisatawan akan mencari tahu keadaan atau kualitas dari atribut destinasi yang dimiliki oleh suatu destinasi sebelum mereka memutuskan untuk pergi berwisata ke lokasi tersebut. Penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi atribut-atribut yang terkait dengan pariwisata (Assaf dan Jossiassen, 2012). Atribut dari destinasi wisata secara signifikan mempengaruhi *image* dari destinasi wisata tersebut, seperti contohnya Kota Bandung yang memiliki banyak sekali tempat kuliner yang murah dan enak. Hal ini membangun *image* Kota Bandung sebagai destinasi wisata yang cocok untuk wisatawan yang senang dengan wisata kuliner. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun *image* dari destinasi merupakan salah satu poin yang sangat berpengaruh terhadap perilaku wisatawan, pengalaman wisata juga mempengaruhi pembangunan *image* terhadap destinasi wisata tersebut. Wisatawan mungkin akan merubah persepsi awal mereka tentang destinasi wisata tersebut setelah mereka melakukan perjalanan dan mendapatkan pengalaman yang ternyata berbeda dengan persepsi awal mereka sebelum melakukan perjalanan. Jika pengalaman yang mereka dapatkan melebihi ekspektasi mereka, maka mereka akan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan suatu hari mereka ingin kembali ke destinasi wisata tersebut untuk mengenang pengalaman tersebut. Hal ini sudah dikonfirmasi oleh beberapa penelitian dan salah satunya oleh Stepchenkova &

Reni Rosmayanti, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT DESTINASI WISATA KOTA BANDUNG YANG DAPAT MEMBERIKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN

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

Mills (2010) bahwa pengalaman individu di destinasi akan mempengaruhi gambaran awal dari destinasi tersebut dan akan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi tersebut atau tidak. Hoch dan Deighton (1989) juga menyatakan bahwa konsumen cenderung sangat termotivasi dan terlibat dengan informasi yang diperoleh dari pengalaman masa lalu mereka. Selain itu, pengalaman pribadi dianggap sebagai hal yang sangat kredibel dan mempengaruhi pengambilan keputusan lebih kuat daripada sumber informasi lainnya.

Pengalaman yang menyenangkan atau pun pengalaman buruk yang wisatawan alami selama berwisata akan melekat ke dalam ingatan mereka. Pengalaman yang disimpan dalam memori wisatawan adalah sumber informasi berharga untuk mengambil keputusan di masa yang akan datang. Hal yang paling penting adalah pengelola harus dapat memahami apa yang wisatawan inginkan dan menjadikannya sebagai prioritas untuk dapat memberikan kenangan yang berkesan. Sebuah penelitian lain yang dilakukan oleh Yoon dan Uysal (2005) menunjukkan bahwa wisatawan selalu membandingkan pengalaman berwisata mereka dari tempat-tempat yang pernah mereka kunjungi dalam aspek pelayanan, program kegiatan, dan fasilitas yang mempengaruhi tujuan berwisata mereka selanjutnya. Oleh karena itu, suatu tempat wisata harus dapat memberikan kesan yang positif tentang tempat wisata tersebut baik dari segi pelayanan, aktivitas wisata, dan fasilitas pendukungnya untuk mempengaruhi keputusan wisatawan agar ingin kembali lagi.

Penelitian sebelumnya mengenai pengalaman yang berkesan (*Memorable Tourism Experiences*) telah mendiskusikan komponen-komponen dari MTEs menurut (Kim, 2010) ada tujuh faktor pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan yaitu (*hedonism, novelty, knowledge, meaningfulness, involvement, local culture, and refreshment*) yang memberikan ingatan yang kuat dan membekas dalam ingatan wisatawan. Namun, penelitian sebelumnya belum secara eksplisit membahas bagaimana MTEs dapat disampaikan secara praktis. Mengingat pentingnya komponen pengalaman dari atribut destinasi wisata, maka hal penting yang harus di siapkan oleh suatu destinasi wisata adalah bagaimana atribut destinasi wisata tersebut dapat menyampaikan pengalaman yang menyenangkan kepada wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Tung dan Ritchie (2011) peran penting dari pengelola destinasi wisata adalah bagaimana dia dapat memfasilitasi dan mengembangkan destinasi wisata tersebut menjadi sebuah tempat wisata yang bisa membuat wisatawan dapat menciptakan pengalaman yang tidak akan mereka lupakan dengan sendirinya. Untuk alasan ini, pengelola destinasi wisata berada dibawah tekanan untuk dapat mengembangkan program pariwisata yang efektif yang dapat memberikan pengalaman yang tidak akan dilupakan oleh wisatawan ketika mereka mengunjungi tempat tersebut, tapi kebanyakan Manager dari destinasi wisata tidak memiliki panduan praktis untuk mencapai tujuan mereka.

Kota Bandung adalah salah satu kota yang banyak dikunjungi wisatawan. Banyak alasan yang menyebabkan Kota Bandung menjadi destinasi yang sering dikunjungi, mulai dari untuk tujuan berwisata, menikmati kuliner, hingga untuk alasan pendidikan. Untuk alasan pendidikan Kota Bandung memiliki sekolah dan perguruan tinggi yang terkenal. Keterkenalan perguruan tinggi di Bandung sudah menjadi perbincangan bahkan sejak di era kolonialisme. Perguruan Tinggi yang terkenal di Bandung seperti ITB, UNPAD, UPI, dll. Selain di bidang

Reni Rosmayanti, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT DESTINASI WISATA KOTA BANDUNG YANG DAPAT MEMBERIKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN

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

pendidikan Kota Bandung juga dikenal dengan warganya yang kreatif dalam membuat produk. Produk-produk yang kreatif seperti fashion, Kota Bandung adalah salah satu kiblat fashion di Indonesia. Kekreatifan ini bisa dikatakan sudah masuk ke seluruh warga Bandung dan menjadi bagian dari kehidupan masyarakatnya. Di bidang kuliner, Kota Bandung memiliki banyak hidangan kuliner yang terkenal mulai dari cilok, batagor, seblak, kue cubit yang saat ini masih saja booming dimana-mana karena produk-produk jajanan tradisional tersebut diolah menjadi lebih inovatif dan mengikuti trend jaman sekarang. Begitu banyak alasan yang menjadikan Kota Bandung banyak dikunjungi, namun apakah faktor-faktor tersebut dapat menjadi pengalaman yang berkesan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait atribut yang dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan Kota Bandung dan mengidentifikasi faktor apa yang terbentuk dari atribut-atribut tersebut. Maka penulis memilih judul penelitian

“Analisis Faktor Atribut Destinasi Wisata Kota Bandung yang Dapat Memberikan Pengalaman Wisata yang Berkesan ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan dalam beberapa poin terkait masalah yang telah dirumuskan untuk menjadi fokus dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah yang telah disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Faktor atribut destinasi apa saja yang dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan di Kota Bandung?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap atribut destinasi Kota Bandung yang dapat memberikan pengalaman berkesan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis atribut dari destinasi wisata yang dapat memberikan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan.
2. Menganalisis faktor apa yang lebih mendominasi dalam memberikan pengalaman wisata yang berkesan.
3. Mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap atribut destinasi Kota Bandung yang dapat memberikan pengalaman berkesan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat praktis yaitu sebagai bahan masukan bagi pemerintah untuk dapat mengoptimalkan kegiatan wisata serta pelayanannya agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan ketika mengunjungi destinasi wisata.
2. Manfaat akademis, bagi perkembangan pariwisata dapat menambah literatur dalam menganalisis atribut destinasi yang dapat memberikan pengalaman wisata yang berkesan di Kota Bandung.

Reni Rosmayanti, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT DESTINASI WISATA KOTA BANDUNG YANG DAPAT MEMBERIKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN

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

3. Bagi penelitian selanjutnya, semoga hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pustaka untuk penelitian yang terkait.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika ini disusun sebagai tahap penyusunan skripsi dengan merujuk pada sistematika penulisan yang tercantum pada buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika yang digunakan:

1. BAB I : PENDAHULUAN

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

2. BAB II : KAJIAN PUSTAKA

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

3. BAB III : METODE PENULISAN

Berisi mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti lokasi, populasi, sampel, operasional variabel, definisi operasional, instrumen penelitian, dan teknik pengumpulan data.

4. BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian tersebut.

5. BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pembahasan dan rekomendasi.

6. DAFTAR PUSTAKA

Daftar sumber yang mendukung dalam penulisan skripsi.

Reni Rosmayanti, 2018

ANALISIS FAKTOR ATRIBUT DESTINASI WISATA KOTA BANDUNG YANG DAPAT MEMBERIKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERKESAN

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