

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan industri pariwisata saat ini terbilang sangat cepat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata. Organisasi Pariwisata Dunia dari PBB (UNWTO) memprakirakan bahwa kepariwisataan negara-negara anggota ASEAN mungkin mencapai pertumbuhan rata-rata 6 persen per tahun dalam beberapa tahun mendatang, membawa ASEAN menjadi salah satu diantara kawasan-kawasan yang mengembangkan pariwisata paling cepat di dunia dalam waktu 20 tahun ini. Sepanjang 2012 sektor pariwisata membukukan pertumbuhan 5,16% atau melebihi pertumbuhan dunia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan, jumlah kunjungan wisatawan asing ke Tanah Air mencapai 8.044.462 wisman, naik dari 2011 sebanyak 7.649.731 wisman. Sedangkan perkembangan wisatawan nusantara (wisnus) yang pada 2012 terjadi pertumbuhan sebesar 3,52%, yakni tahun 2011 sebanyak 236.751.599 juta perjalanan meningkat menjadi 245.083.699 juta perjalanan pada 2012, dengan frekuensi rata-rata sebanyak 1,97 kali perjalanan. ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

Sedangkan menurut data Pertumbuhan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata di Kota Bandung 2009-2013 (Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung) provinsi Jawa Barat memiliki potensi yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan dengan banyaknya keanekaragaman potensi wisata yang dimiliki Kota Bandung yang mampu menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Hal tersebut dapat dilihat melalui Tabel 1.1 yaitu mengenai jumlah wisatawan di Kota Bandung.

Berdasarkan Tabel 1.1 mengenai pertumbuhan kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata di kota Bandung diketahui bahwa jumlah kedatangan wisatawan nusantara dan mancanegara mengalami kenaikan secara bertahap dalam kurun waktu 5 tahun yaitu periode 2009-2013. Untuk wisatawan pada tahun 2009

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

tercatat 35.834.475 orang melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung, walaupun pada tahun 2010 mengalami penurunan wisatawan yang salah satunya diakibatkan oleh kemacetan lalu lintas dan kerusakan infrastruktur Kota Bandung. Namun pada tahun 2011 mengalami peningkatan jumlah kunjungan kembali. Jika melihat potensi pariwisatanya, seharusnya Kota Bandung mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang lebih tinggi karena terdapat beragam daya tarik wisata (DTW). Wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke kota Bandung dipengaruhi oleh berbagai motivasi berkunjung yang berbeda. Berikut adalah jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Kota Bandung dalam periode waktu 5 tahun:

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata di Kota Bandung**  
**Tahun 2009-2013**

TAHUN				
2009	2010	2011	2012	2013
35.834.475	34.647.240	36.712.729	39.467.642	44.663.441

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Bandung (2013)

Bandung merupakan salah satu kota yang berkembang pesat di Indonesia, hal itu dikarenakan perkembangan perekonomian, pendidikan dan kemajuan teknologi serta pembangunan yang berkembang pesat di kota ini. Bandung dikenal pula dengan beragam macam kuliner serta banyak terdapatnya tempat-tempat bersejarah seperti gedung sate, tempat-tempat wisata budaya seperti Saung Angklung Udjo dan lain-lain. Dengan keberagaman dan keunikan potensi-potensi pariwisata yang ada di kota Bandung, tentunya hal ini menarik wisatawan-wisatawan untuk berwisata ke kota Bandung.

Kota Bandung memiliki beragam jenis daya tarik wisata yang unik yang cukup dikenal secara luas, baik di Indonesia maupun mancanegara. Dan salah satu daya tarik wisata budaya yang dimiliki oleh Kota Bandung adalah Saung Angklung Udjo. Saung Angklung Udjo (SAU) adalah suatu tempat yang merupakan tempat

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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

pertunjukan, pusat kerajinan tangan dari bambu, dan workshop instrumen musik dari bambu. Selain itu, Saung Angklung Udjo mempunyai tujuan sebagai laboratorium kependidikan dan pusat belajar untuk memelihara kebudayaan Sunda dan khususnya angklung.

Dengan kekhasan yang dimilikinya, mulai dari produknya itu sendiri yaitu pertunjukan angklung yang dipadu padankan dengan suasana Saung Angklung Udjo yang asri serta suasana bernuansa sunda yang masih kental menjadikan Saung Angklung Udjo menjadi daya tarik wisata budaya yang banyak diminati di daerah Bandung Timur. Produk Saung Angklung Udjo itu sendiri berupa atraksi wisata berupa *cultural resources*. Aktivitas yang dapat dilakukan tentunya tidak hanya menonton pertunjukan angklung saja, kita juga dapat berpartisipasi langsung dalam pembuatan angklung dan melestarikan kebudayaan Sunda khususnya Angklung. Dengan produk wisata budayanya ini, pada tanggal 16 November 2010 UNESCO mengakui bahwa angklung adalah warisan budaya milik Indonesia. UNESCO menetapkan angklung sebagai *Masterpiece of Oral and Intangible Heritage of Humanity*. Ini merupakan penghargaan sekaligus pengakuan bahwa angklung merupakan milik bangsa Indonesia dan wajib dilestarikan sebagai warisan. Saung Angklung Udjo juga sering mengadakan *event* di luar kota dan juga luar negeri untuk memperkenalkan musik tradisional asli Indonesia ini. Salah satu prestasi yang ditorehkan Saung Angklung Udjo adalah permainannya pada acara *Festival Indonesia* di Washington DC, Amerika Serikat yang berhasil memukau banyak orang. Dan yang terbaru adalah pemecahan rekor dunia di Beijing, China pada akhir Juni 2013. Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk memperkuat produk dan membangun citra yang kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang kuat dari sebuah destinasi.

Namun kenyataannya berdasarkan jumlah kunjungan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata ke Saung Angklung Udjo dalam kurun waktu satu tahun terakhir yaitu tahun 2012, terjadi kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke Saung Angklung Udjo. Jumlah

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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

wisatawan pada tahun 2012 adalah sebanyak 205.932 orang. Berikut adalah tabel dan grafiknya:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo tahun 2012**

Bulan	Domestik	Mancanegara
Januari	14.416	2.248
Februari	21.519	1.500
Maret	17.660	1.967
April	14.447	1.954
Mei	23.102	2.220
Juni	17.847	2.344
Juli	9.821	3.843
Agustus	3.727	1.903
September	6.913	3.656
Oktober	12.754	2.394
November	14.552	2.134
Desember	20.100	2.911
Jumlah	176.858	29.074
<b>Jumlah Total</b>	<b>205.932</b>	

Sumber: Saung Angklung Udjo, 2013

**Gambar 1.1**  
**Grafik Kunjungan Wisatawan ke Saung Angklung Udjo tahun 2012**

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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



Sumber: Saung Angklung Udjo, 2013

Berdasarkan tabel dan grafik tersebut diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara dari bulan ke bulan mengalami kenaikan dan penurunan, dan yang signifikan terjadi pada bulan Agustus. Data ini tidak selaras dengan upaya untuk memperkuat produk dan membangun citra yang kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang kuat dari sebuah destinasi yang dilakukan oleh pengelola Saung Angklung Udjo. Sayangnya tidak banyak wisatawan yang memahami tentang produk wisata Saung Angklung Udjo secara keseluruhan. Padahal Saung Angklung Udjo memiliki produk wisata yang beragam yang terdiri dari pertunjukan internal dan pertunjukan eksternal yang seharusnya dapat menarik wisatawan untuk melakukan kunjungan. Selain produk, citra juga memiliki peranan yang penting, sebab ketika wisatawan menilai dan mengevaluasi destinasi, persepsi terhadap destinasi merupakan komponen kunci untuk melakukan kunjungan/tidak. Artinya, proses pembentukan citra merupakan tahapan yang sangat kritis bagi wisatawan. Konsekuensinya, citra destinasi akan memainkan peran penting, baik dalam menarik ataupun menahan wisatawan. Menurut Sri Raharso dalam blognya “Citra Destinasi Dan Konsekuensi” (<http://sriharso.wordpress.com/2008/08/21/citra-destinasi-pariwisata/>) industri pariwisata juga memiliki sifat *intangibility*, *inseparability*, *heterogeneity*, dan *perishability* seperti industri pelayanan yang lainnya. Sifat tersebut menyebabkan

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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

wisatawan berhadapan dengan kurangnya atribut untuk mengevaluasi bagus tidaknya sebuah destinasi. Akan tetapi, karena keputusan harus dibuat, maka wisatawan menggunakan citra tempat tujuan wisata sebagai alat untuk melakukan evaluasi .

Tentu saja, citra yang ada dalam benak wisatawan tidak selamanya selaras dengan kondisi riil destinasi itu sendiri. Jadi, selain produk, citra destinasi memiliki potensi dalam mempengaruhi kompetitif tidaknya destinasi. Citra yang baik dari suatu objek wisata dapat mendorong proses pembelian konsumen. Lalu bagaimana penurunan wisatawan ke Saung Angklung Udjo bisa terjadi? Bagaimana produk dan citra Saung Angklung Udjo di benak wisatawan? Bagaimana kunjungan tersebut bisa terjadi di Saung Angklung Udjo? Apakah produk dan citra Saung Angklung Udjo mempengaruhinya? Oleh karena itu penulis, ingin mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Produk dan Citra Saung Angklung Udjo sebagai Wisata Budaya terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan wisatawan mengenai produk wisata Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya di kalangan wisatawan?
3. Bagaimana keputusan wisatawan berkunjung ke Saung Angklung Udjo?
4. Bagaimana pengaruh produk dan citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya terhadap tingkat keputusan berkunjung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Mendapat gambaran tentang produk wisata di Saung Angklung Udjo di kalangan wisatawan.
2. Mendapat gambaran tentang citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya di kalangan wisatawan.
3. Mendapat gambaran tentang keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Saung Angklung Udjo.
4. Menganalisis pengaruh produk dan citra Saung Angklung Udjo sebagai wisata budaya terhadap tingkat keputusan berkunjung.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

##### **1. Kepentingan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu resort dan leisure, khususnya mengenai kajian pengaruh produk dan citra terhadap tingkat keputusan berkunjung wisatawan serta dapat memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih luas bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih jauh mengenai masalah yang sama.

##### **2. Kepentingan Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak pengelola Saung Angklung Udjo, serta pihak lainnya yang berkaitan dengan bidang pariwisata dalam upaya penjualan produk dan pelaksanaan citra dalam meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan ke Saung Angklung Udjo.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Rizky Ayu Ramadhanita, 2014

*Pengaruh produk dan citra saung angklung udjo sebagai wisata budaya terhadap keputusan berkunjung*

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

Penulisan skripsi ini menginduk kepada sistematika penulisan yang tercantum dalam buku Pedoman Akademik terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika yang digunakan penulis :

1. BAB I : Pendahuluan

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

2. BAB II : Kajian Pustaka

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

3. BAB III : Metode Penelitian

Penjabaran mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti : Lokasi, Populasi, Sampel, Variable, Definisi Operasional, Instrumen penelitian dan Tehnik pengumpulan data. Serta dalam Bab ini penulis menggunakan metode Deskriptif dalam penelitiannya.

4. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penjelasan mengenai hasil peneelitan dan pembahasan dari hasil penelitian.

5. BAB V : Kesimpulan dan Rekomendasi

Hasil dari pembahasan dan rekomendasi yang di rekomendasikan oleh penulis dari hasil pembahasan.

6. Daftar Pustaka

Daftar sumber-sumber yang mendukung dalam penulisan skripsi.