

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan wisata terbagi menjadi berbagai macam jenis, baik itu yang terbagi berdasarkan jumlah orang yang melakukan wisata, motivasi perjalanan, daya tarik wisata yang didatangi, minat khusus wisatawan, dsb. Jenis-jenis wisata tersebut diantaranya adalah wisata pantai, wisata alam, wisata cagar alam (*ecotourism*), wisata olahraga, wisata kuliner, wisata religi, wisata belanja, wisata sejarah, wisata warisan budaya, dsb.

Wisata *heritage* merupakan jenis wisata yang berkaitan dengan sejarah dan warisan budaya yang di dalamnya termasuk mengunjungi tempat-tempat warisan sejarah dan budaya tersebut. Wisata *heritage* telah menjadi bagian dari variasi tujuan wisata. Selain memberikan pengalaman yang erat kaitannya dengan sejarah dan budaya, aspek edukasi juga bisa didapatkan dari pengalaman menikmati wisata *heritage*, seperti mengunjungi museum, situs warisan budaya, hingga tempat-tempat bersejarah lainnya, baik yang masih dijaga arsitektur dan fungsi aslinya, maupun yang telah mengalami pemugaran dan alih fungsi.

Wisata *heritage* erat kaitannya dengan aspek autentisitas. Autentisitas dapat dilihat sebagai sesuatu yang ‘nyata’ atau ‘asli’ (Chhabra, 2005). Autentisitas memiliki beberapa pengertian, yang secara keseluruhan meliputi: (a) nyata, (b) asli (barang antik), (c) tidak disalin (naskah), (d) ditandai dengan ‘mendekati kesesuaian dengan aslinya’, (e) ditandai dengan ‘tradisi yang tersebar luas atau terpelihara’, dan; (f) sah secara hukum. Dapat ditarik kesimpulan bahwa arti yang relevan dengan keaslian adalah autentik, berkonotasi keaslian, kejujuran dan ketulusan. Autentisitas sering kali dikaitkan dengan daerah lokal (tempat asal), karena wisatawan cenderung termotivasi oleh keinginan untuk memiliki pengalaman budaya orang lain (Asplet & Cooper, 2000). Dalam kepariwisataan, autentisitas seringkali berkaitan dengan daya tarik wisata, atraksi wisata dan pengalaman wisatawan (Rickly-Boyd, 2012)

Dalam memenuhi tujuannya sebagai daya tarik dari suatu destinasi, wisata *heritage* harus dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan. Kepuasan ini, secara

jangka panjang, akan berpengaruh kepada minat wisatawan untuk mengunjungi kembali destinasi tersebut di masa depan. Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Park *et al.* (2019), kepuasan berarti respon wisatawan/pelanggan terhadap apa yang didapatkan dengan ekspektasi yang dibayangkannya (perbandingan ekspektasi dan realita). Kepuasan wisatawan ditentukan dari berbagai faktor, namun bukan faktor pasti, karena bergantung pada apa yang menjadi ekspektasi wisatawan dengan realita yang diterimanya, sesuai atau tidaknya ekspektasi dengan realita wisatawan memberikan kemungkinan wisatawan akan sangat puas, atau kecewa. Dalam kasus ini, ekspektasi wisatawan sebelum mengunjungi daya tarik wisata *heritage* dapat berupa bayangannya terkait arsitektur bangunan yang masih dijaga keasliannya, cerita sejarah dibalik situs warisan tersebut, atau bukti sejarah berupa foto atau naskah asli terkait situs tersebut, namun realita yang diterima belum tentu sesuai, bisa saja situs tersebut sudah dialihfungsikan menjadi tempat usaha komersial, atau arsitekturnya yang sudah berubah.

Aspek kepuasan wisatawan ini selanjutnya dapat berpengaruh kepada loyalitas wisatawan. Menurut Oliver dalam (Bela *et al.*, 2016) loyalitas pelanggan merupakan komitmen untuk melakukan pembelian atau memberikan dukungan pada suatu produk atau jasa yang diharapkan dapat berjalan secara terus menerus, walaupun pengaruh perubahan situasi dan strategi pemasaran yang semakin berkembang berpotensi untuk menyebabkan pelanggan beralih pada merek lain. Proses ini membutuhkan waktu yang tidak singkat karena pelanggan perlu melalui sebuah siklus pembelian hingga akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang dan menetapkan loyalitas pada suatu merek barang atau jasa. Selain kepuasan itu sendiri, menurut Gafar (2007), loyalitas ditentukan melalui faktor-faktor yang diantaranya adalah ikatan emosi (*emotional bonding*), kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman. Dalam hal ini, berarti dorongan perilaku wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi atau daya tarik di destinasi, secara berulang-ulang, perlu didukung oleh berbagai aspek seperti kemudahan menjangkau daya tarik wisata *heritage*, pengalaman baik yang dialami wisatawan, hingga aspek-aspek fisik yang ditemukan di daya tarik wisata *heritage* tersebut, misalnya tingkat kebersihan daya tarik yang terjaga, koleksi barang

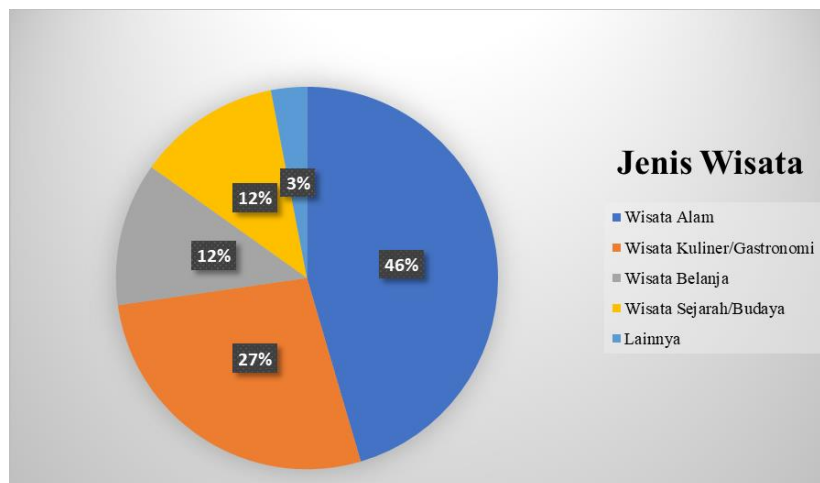
bersejarah yang lengkap dan terawat, hingga bahkan keaslian dari bangunan bersejarah tersebut.

Selanjutnya, autentisitas daya tarik wisata dapat berpengaruh kepada kepuasan dan loyalitas wisatawan. Autentisitas daya tarik pada hal ini dimaksudkan kepada kondisi dimana wisatawan hanya dapat menemukan daya tarik itu di satu tempat saja, contohnya, untuk mengetahui sejarah dan cerita-cerita yang mewarnai kawasan Braga, wisatawan hanya bisa mendapatkannya di Bandung, begitu pula untuk mengetahui cerita sejarah Pelabuhan Sunda Kelapa, wisatawan hanya akan mendapatkannya dengan datang ke DKI Jakarta. Dari autentisitas daya tarik ini, akan menciptakan bentuk komitmen berupa loyalitas dari wisatawan, karena alasan cerita sejarah atau pengalaman yang hanya didapatkan di satu tempat, wisatawan akan berkomitmen untuk mengunjungi destinasi atau daya tarik secara berulang-ulang karena tidak bisa mendapatkan pengalaman yang sama di tempat yang berbeda.

Indonesia sendiri, memiliki banyak sekali cerita sejarah di seluruh pelosok negerinya, salah satunya ada di Kota Bandung. Kota Bandung berkembang dari sebuah kota kecil Ibukota Kabupaten Bandung di tahun 1810 menjadi kota kolonial yang asri di awal abad ke-20. Bandung, dapat dikatakan sebagai kota metropolitan dengan modal pengalaman sejarahnya yang menarik ditelusuri. Kota penuh sejarah yang terkenal dengan udaranya yang relatif sejuk ini, berada di sebuah dataran yang dahulunya adalah sebuah danau raksasa dengan elevasi 700 – 1.000 meter di atas permukaan laut (Brahmantyo & Bachtiar, 2009). Daya tarik wisata *heritage* Kota Bandung tersebar diseluruh wilayah Kota Bandung. Dilansir dari Peraturan Daerah No. 7 tahun 2018 Kota Bandung memiliki lebih kurang 1.723 bangunan cagar budaya, dimana 127 diantaranya berlokasi di pusat Kota Tua Bandung yang terdiri dari bangunan rumah tinggal, museum, sekolah, perkantoran, pertokoan, hotel dan restoran (Pemerintah Kota Bandung, 2018a). Bangunan-bangunan tersebut seperti; Gedung Merdeka, Bank Mandiri (ex-N.I. Escompto Mij.), Hotel Prama Grand Preanger, Hotel Savoy-Homann Bidakara, Café Braga (ex-Au Bon Marche), Indischetafel Resto, SD Islam Al Azhar, dll. Tempat-tempat ini terletak di kawasan Kota Tua Bandung, serta memiliki cerita sejarah dibaliknya, misalnya berkaitan dengan Konferensi Asia Afrika, atau masa-masa dipenjaranya Soekarno

di Penjara Banceuy hingga menghasilkan pidato pembelaan yang fenomenal, berjudul “Indonesia Menggugat” yang juga kini diabadikan cerita sejarahnya di Gedung Indonesia Menggugat. Ada pula salah satu bangunan warisan sejarah lainnya di sisi lain Bandung, yang kini dikenal sebagai Gedung Rektorat Universitas Pendidikan Indonesia, yaitu Villa Isola, yang sebelumnya adalah milik pribadi seorang hartawan Belanda bernama Dominique Willem Barretty.

Kota Bandung, seperti yang kita tahu, menjadi salah satu daerah tujuan wisatawan, khususnya bagi wisatawan domestik dari kota-kota atau daerah di sekitar Bandung. Berdasarkan riset pendahuluan yang Penulis lakukan pada 24 sampai 30 Februari 2022, dengan menggunakan kuesioner berbentuk *google form* yang disebar secara *online* melalui sosial media *Line*, *WhatsApp*, *Instagram*, dan *LinkedIn* serta ditunjukkan pada 33 orang wisatawan yang pernah mengunjungi kawasan Kota Tua Bandung.



Gambar 1.1 Jenis Wisata yang Dilakukan Ketika Berkunjung ke Kota Bandung
Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Seperti yang bisa dilihat dari gambar 1.1 di atas, 33 orang wisatawan, baik yang datang dari luar kota, atau bahkan warga Bandung itu sendiri, 46% responden memilih wisata alam sebagai tujuan berwisata di Kota Bandung, terlebih karena Bandung terkenal akan cuacanya yang sejuk dan cenderung dingin, hal ini juga menjadikan wisata alam sebagai jenis wisata yang paling banyak dipilih. Diikuti oleh wisata kuliner dengan 27% wisatawan, 12% yang memilih wisata belanja, dan poin terendah ialah 3% orang yang memilih “Lainnya”. Tidak banyak pula

wisatawan yang datang ke Kota Bandung, secara khusus untuk menikmati wisata *heritage* di Bandung, terlebih apabila dibandingkan dengan peminat wisata alam, hanya 12% orang yang memilih wisata sejarah/*heritage* sebagai tujuan wisata di Kota Bandung. Beberapa responden mengungkapkan alasan ketidaktertarikannya untuk melakukan wisata *heritage* karena berbagai alasan; ada yang tidak tertarik karena memang tidak berminat dan belum menemukan hal yang dapat menarik perhatian mereka pada wisata *heritage*, dibanding melakukan jenis wisata lainnya, dan ada pula yang tertarik namun belum memiliki kesempatan untuk benar-benar melakukannya. Padahal Kota Bandung memiliki banyak potensi wisata *heritage*, meskipun di sisi lain, tidak menutup kemungkinan kawasan-kawasan dan tempat-tempat warisan sejarah ini juga menjadi tempat yang dikunjungi oleh wisatawan.

Tabel 1.1 Statistik Sebaran Penduduk yang Melakukan Perjalanan ke Provinsi Jawa Barat dan Jenis Kegiatan Wisata yang Dilakukan (Persen)

NO.	JENIS WISATA	JUMLAH PENGUNJUNG
1.	Wisata Kota & Pedesaan	27,27
2.	Wisata Kuliner	17,03
3.	Objek Wisata Terintegrasi	16,95
4.	Wisata Bahari	14,36
5.	Ekowisata	7,06
6.	Wisata Olahraga/Kesehatan	6,97
7.	Wisata Sejarah/Religi	5,21
8.	Wisata Petualangan	3,78
9.	Wisata Kesenian	1,09
10.	Wisata MICE	0,29

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia, 2019

Tabel diatas menunjukkan jumlah sebaran penduduk yang melakukan perjalanan ke Provinsi Jawa Barat berdasarkan jenis kegiatan wisata yang dilakukannya. Dari data diatas, kita juga bisa melihat bahwa Badan Pusat Statistik Indonesia mencatat kunjungan dengan jenis wisata sejarah/*heritage* berada di urutan ke-7 dari 10 jenis wisata lainnya dengan jumlah wisatawan yang hanya sebesar 5,21%. Jumlah ini membuat wisata sejarah/*heritage* berada di urutan yang cukup

rendah apabila diurutkan berdasarkan jenis kegiatan wisata lainnya (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2019).

Selanjutnya, teori yang diungkapkan Ryan & Jackson (1989) dalam Sudaryanti *et al.* (2015) disebutkan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi atau daya tarik wisata adalah *perceived authenticity* yang berkaitan dengan keinginan wisatawan/pengunjung untuk merasakan keaslian makanan, budaya, dan sebagainya, di suatu daerah. Bergerak dari fenomena di tersebut, muncul pertanyaan, apakah autentisitas daya tarik wisata *heritage* Kota Tua Bandung dapat mendukung terbentuknya kepuasan wisatawan yang dapat membuka peluang terjadinya loyalitas wisatawan.

Hal ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa wisata *heritage* merupakan wisata minat khusus yang penikmatnya terbatas pada kalangan terpelajar, berusia paruh baya, dengan taraf ekonomi menengah, atau wisatawan yang memang memiliki minat khusus terhadap sejarah (Stebbins, 1996; Adie & Hall, 2017; Chhabra *et al.*, 2003). Walaupun pada kenyatannya, wisata *heritage* dapat dinikmati oleh siapa saja, dari kalangan manapun hingga usia berapapun. Sebagai generasi muda, kita pun patut untuk mengetahui dan mengapresiasi warisan sejarah ini, selain karena hal tersebut merupakan bagian dari sejarah dan memiliki banyak pelajaran yang bisa kita ambil sebagai bekal masa depan, wisata sejarah juga dapat membangun rasa cinta dan *sense of belonging* (rasa memiliki) terhadap sejarah dan budaya nasional. Penelitian yang dilakukan oleh Priabodo *et al.* (2019) tentang preferensi wisatawan dalam memilih tujuan wisatanya, memaparkan fakta bahwa atraksi wisata budaya atau sejarah pada dasarnya memang kurang diminati, dibandingkan dengan tempat wisata dengan wahana bermain dan wisata alam.

Berdasarkan latar belakang di atas, Peneliti tertarik untuk membahas **“PENGARUH AUTENTISITAS DAYA TARIK WISATA *HERITAGE* KOTA TUA BANDUNG TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, muncul rumusan masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagaimana pengaruh autentisitas terhadap tingkat kepuasan wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kota Tua Bandung?
2. Bagaimana pengaruh autentisitas terhadap loyalitas wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kota Tua Bandung?
3. Bagaimana pengaruh autentisitas terhadap loyalitas yang dimediasi oleh tingkat kepuasan wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kota Tua Bandung?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, dapat diambil tujuan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh autentisitas wisata *heritage* di Kota Tua Bandung terhadap tingkat kepuasan wisatawan.
2. Mengidentifikasi pengaruh autentisitas wisata *heritage* di Kota Tua Bandung terhadap tingkat loyalitas wisatawan.
3. Menganalisis pengaruh autentisitas terhadap loyalitas yang dimediasi oleh tingkat kepuasan wisatawan dalam melakukan wisata *heritage* di Kota Tua Bandung.

1.4.Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

Dari penelitian yang akan dilakukan ini, diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat dari sisi akademis sebagai berikut.

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu di program studi Manajemen Resort dan Leisure, dan selebihnya untuk pengetahuan tentang autentisitas wisata *heritage* di Kota Bandung.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan pariwisata sebagai referensi bagi akademisi yang ingin mengetahui terkait autentisitas daya tarik wisata *heritage* di Kota Bandung.

1.4.2. Manfaat Praktis

Dari penelitian yang akan dilakukan ini, diharapkan hasilnya dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut.

1. Bagi Penulis, penelitian ini dapat memberikan pengalaman, menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang wisata *heritage* dan bidang kepariwisataan.
2. Bagi Pengelola dan Pemangku Kebijakan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan terkait pengelolaan, pelestarian dan pengembangan daya tarik wisata *heritage*.
3. Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk pengenalan akan pentingnya menjaga aspek autentisitas daya tarik wisata *heritage*.