

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari 17.508 pulau yang didalamnya terdapat 93 propinsi, 300 etnis dan 583 bahasa. Oleh karena itu Indonesia disebut negara majemuk, karena dianugerahi aneka ragam kekayaan alam dan seni budaya yang menyimpan potensi daya tarik wisata. Hal ini merupakan aset yang berharga bagi kemajuan pariwisata di Indonesia jika dapat dikembangkan dan dikelola dengan baik. Oleh karena itu, kekayaan alam dan kebudayaan yang dimiliki Indonesia harus dapat dikemas sebagai daya tarik wisata tanpa merusak potensi itu sendiri.

Beberapa daerah di Indonesia seperti Bali telah menjadi daerah tujuan wisata yang berkembang pesat dalam menjaring wisatawan domestik maupun mancanegara. Bali terkenal sebagai objek wisata bukan hanya karena keindahan alamnya, melainkan memiliki kebudayaan yang terjaga sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Oleh karena itu, Bali dikenal dengan sebutan “Pulau Dewata” karena kebudayaannya yang kental dengan pengaruh agama Hindu.

Selain Bali, Indonesia memiliki daerah-daerah lain yang memiliki potensi daya tarik wisata berupa bentang alam yang indah dan kebudayaan yang khas seperti Bali, salah satunya adalah Jawa Barat. Propinsi Jawa Barat atau dikenal

dengan sebutan “Tatar Parahyangan”, merupakan salah satu daerah yang banyak memiliki potensi sumber daya pariwisata untuk dikembangkan. Bentang alamnya yang indah, lingkungannya yang asri, hawanya yang sejuk, kebudayaannya yang khas, dan berbagai potensi lainnya di daerah ini membuat keunikan yang mengundang rasa penasaran wisatawan. Karena keunikannya tersebut potensi Jawa Barat dikenal dengan *Gurilapss* (gunung, rimba, laut, pantai, sungai, dan seni budaya). Selain singkatan, *Gurilapss* dalam bahasa sunda berarti berkilau, sehingga apabila terus dikembangkan secara optimal akan memberikan prospek yang bagus bagi masa depan pariwisata Jawa Barat.

Mayoritas penduduk Jawa Barat adalah suku Sunda, dimana budaya Sunda merupakan warisan budaya dari leluhur yang dianut secara turun temurun. Salah satu unsur kebudayaan suku Sunda yang bersifat atraktif adalah kesenian. Budaya sunda memiliki banyak kesenian sebut saja tari Jaipongan, Singa Depok, Wayang Golek, Calung, Angklung, dan masih banyak lagi. Kebudayaan tersebut merupakan potensi wisata yang cukup menjanjikan, terutama bagi wisatawan asing yang sangat tertarik dengan kebudayaan Indonesia. Dari banyaknya daerah yang menjadi tujuan wisata di Jawa Barat, diketahui bahwa kota Bandung merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang paling banyak dikunjungi wisatawan.

Derasnya perkembangan teknologi dan arus modernisasi, menimbulkan dampak negatif bagi budaya masyarakat kota Bandung. Kebudayaan Sunda tersebut semakin lama semakin terkikis oleh perkembangan zaman. Kecenderungan wisatawan yang berkunjung ke Bandung adalah berbelanja dan

menikmati sajian kuliner Bandung. Wisatawan lokal maupun asing yang berkunjung ke Bandung mungkin akan kesulitan menemukan tempat-tempat yang menyajikan seni budaya Sunda.

Salah satu objek wisata yang masih kental seni budaya Sundanya adalah Saung Angklung Udjo (SAU). SAU adalah destinasi wisata yang memiliki dedikasi yang kuat untuk melestarikan dan mengembangkan kesenian seni budaya tradisional khas masyarakat Sunda khususnya alat musik tradisional bambu yaitu “Angklung”. Disana wisatawan dapat merasakan dimana kekayaan budaya lokal masih dapat bertahan dan berakulturasi dengan desakan arus globalisasi dan modernisasi. SAU merupakan sebuah tujuan wisata pertunjukan seni budaya yang lengkap karena memiliki arena pertunjukan, atraksi seni pertunjukan, *workshop* pusat kerajinan bambu, pelatihan kesenian tradisional dan alat musik bambu, serta souvenir.

Selain menjadi tujuan wisatawan domestik, SAU juga menjadi tujuan wisatawan mancanegara yang mayoritas berasal dari Belanda dan Jerman serta beberapa negara di Asia seperti Jepang, Malaysia, Hongkong, Korea, dan Timur Tengah. Wisatawan yang berkunjung terdiri dari wisatawan yang berkunjung secara individu maupun secara rombongan, baik rombongan perusahaan, sekolah dan komunitas-komunitas lainnya. Dari rombongan tersebut, jumlah rombongan pelajar yang memiliki jumlah paling banyak.

Berikut ini adalah tabel jumlah kunjungan wisatawan Saung Angklung Udjo 11 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Saung Angklung Udjo 2001-2011

No.	Tahun	Wisatawan					
		Domestik		Mancanegara		Total	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
1.	2001	6.366	31,44	13.880	68,56	20.246	100
2.	2002	15.495	49,55	15.776	50,45	31.271	100
3.	2003	24.820	70,19	10.541	29,81	35.361	100
4.	2004	9.350	39,41	14.373	60,59	23.723	100
5.	2005	19.104	61,01	12.209	38,99	31.313	100
6.	2006	28.787	67,83	13.654	32,17	42.441	100
7.	2007	45.270	75,65	14.572	24,35	59.842	100
8.	2008	69.323	80,16	17.160	19,84	86.483	100
9.	2009	77.767	77,77	22.226	22,23	99.993	100
10.	2010	110.458	81,09	25.754	18,91	136.212	100
11.	2011	151.938	84,99	26.840	15,01	178.778	100
Rata-rata		50.789	65,37	16.999	34,63	67.788	100
komposisi		50.789	74,92	16.999	25,08	67.788	100

Sumber: Modifikasi Data Manajemen Saung Angklung Udjo, 2012

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui komposisi perbandingan rata-rata jumlah wisatawan domestik dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Saung Angklung Udjo. Komposisi rata-rata jumlah kunjungan wisatawan domestik selama 11 tahun terakhir adalah 74,92%, sedangkan wisatawan mancanegara sebesar 25,08%. Jadi data diatas menunjukkan bahwa jumlah wisatawan domestik lebih banyak atau hampir tiga kali lipat dari wisatawan mancanegara.

Selain data komposisi dalam persen, dari tabel 1.1 juga bisa dihitung pertumbuhan jumlah kunjungan dari setiap tahunnya. Sehingga kita dapat mengetahui kenaikan maupun penurunan yang terjadi setiap tahunnya. Pertumbuhan yang terjadi setiap tahun selama 11 tahun terakhir, dapat digambarkan dalam tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.2
Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Saung Angklung Udjo 2001-2011

No.	Tahun	Wisatawan					
		Domestik		Mancanegara		Total	
		Tumbuh	%	Tumbuh	%	Tumbuh	%
1.	2001	-	-	-	-	-	-
2.	2002	9.129	143,40	1.896	13,66	11.025	54,46
3.	2003	9.325	60,18	-5.235	-33,18	4.090	13,08
4.	2004	-15.470	-62,33	3.832	36,35	-11.638	-32,91
5.	2005	9.754	104,32	2.164	-15,06	7.590	31,99
6.	2006	9.683	50,69	1.445	11,84	11.128	35,54
7.	2007	16.483	57,26	918	6,72	17.401	41,00
8.	2008	24.053	53,13	2.588	17,76	26.641	44,52
9.	2009	8.444	12,18	5.066	29,52	13.510	15,62
10.	2010	32.691	42,04	3.528	15,87	26.219	36,22
11.	2011	41.480	37,55	1.086	4,22	42.566	31,25
Rata-rata		14.577	49,84	1.296	8,77	15.853	27,08
komposisi		14.577	91,82	1.296	8,18	15.853	100

Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2012

Berdasarkan tabel 1.2 diatas dapat diketahui rata-rata pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan domestik setiap tahunnya sebesar 14.577 atau 49,84%. Sedangkan rata-rata pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 1.296 atau 8,77%. Secara keseluruhan data diatas menunjukkan kecenderungan peningkatan kunjungan ke Saung Angklung Udjo setiap tahunnya selama 11 tahun terakhir dengan rata-rata total kenaikan pertahun sebesar 15.853 atau 27,1%.

Jika dilihat berdasarkan komposisi rata-rata kunjungan wisatawan domestik sebesar 91,82%, sedangkan komposisi rata-rata kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 8,18% dari rata-rata total kenaikan pertahun sebesar 15.853. Maka dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak berkunjung ke SAU dan kecenderungan peningkatannya tinggi adalah wisatawan domestik. Kunjungan wisatawan merupakan input dari proses pariwisata, karena tanpa wisatawan tidak

akan ada pariwisata. Banyaknya kunjungan wisatawan sangat penting bagi sebuah objek wisata, karena dapat memberikan dampak positif yang multidimensi baik bagi pihak manajemen, maupun lingkungan masyarakat sekitar objek wisata tersebut. Dampak multidimensi kegiatan pariwisata menyentuh berbagai aspek kehidupan masyarakat meliputi ekologi, politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Berikut ini tabel dampak positif multidimensi kunjungan wisatawan ke objek wisata :

Tabel 1.3
Dampak Positif Multidimensi Kunjungan Wisatawan

No.	Dimensi	Dampak Positif
1.	Ekologi	<ul style="list-style-type: none"> a. Dampak terhadap optimalisasi pengembangan lingkungan b. Dampak terhadap struktur demografi c. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya d. Dampak terhadap perencanaan kawasan lingkungan
2.	Politik	<ul style="list-style-type: none"> a. Dampak terhadap pengambilan keputusan politik oleh pemerintah b. Dampak terhadap distribusi pengaruh kekuasaan c. Keterkenalan Negara tersebut dan kemudahan dalam melakukan hubungan politik dengan Negara lain. d. Citra (<i>image</i>) terhadap Negara destinasi dari mata dunia e. Dampak terhadap dasar-dasar organisasi/kelembagaan sosial f. Dampak terhadap kepemilikan dan control g. Dampak terhadap pola pembagian kerja
3.	Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> a. Dampak terhadap pendapatan masyarakat b. Dampak terhadap penerimaan devisa c. Dampak terhadap pendapatan daerah d. Dampak terhadap distribusi manfaat/keuntungan e. Dampak terhadap harga-harga f. Dampak terhadap kesempatan kerja g. Dampak terhadap bentuk dan tipe mata pencaharian
4.	Sosial	<ul style="list-style-type: none"> a. Dampak terhadap stratifikasi dan mobilitas sosial b. Dampak terhadap migrasi dari dan ke daerah pariwisata c. Dampak terhadap ritme kehidupan sosial masyarakat d. Dampak terhadap hubungan interpersonal antara anggota masyarakat e. Dampak terhadap keterkaitan dan keterlibatan antara masyarakat setempat dengan masyarakat yang lebih luas, termasuk tingkat otonomi dan ketergantungannya f. Dampak terhadap pembangunan masyarakat
5.	Budaya	<ul style="list-style-type: none"> a. Dampak terhadap transformasi nilai b. Dampak terhadap gaya hidup tradisional c. Dampak terhadap pola konsumsi

Sumber: Modifikasi Pitana dan Gayatri (2009: 109)

Secara konsep, peningkatan kunjungan di Saung Angklung Udjo terjadi karena banyaknya pengambilan keputusan berkunjung wisatawan. Pengambilan keputusan berkunjung dapat di adaptasi dari pengambilan keputusan pembelian. Sebagaimana yang disebutkan Pitana (2009:71) “Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada galibnya adalah keputusan ‘pembelian’, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan”. Sehingga, proses menentukan pilihan destinasi wisata yang dilakukan oleh wisatawan sama dengan tahap keputusan pembelian pada umumnya.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis pengambilan keputusan berkunjung wisatawan khususnya wisatawan domestik. Sehingga penulis mengambil judul “**Analisis Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik di Saung Angklung Udjo**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dari latar belakang di atas yaitu :

1. Bagaimana karakteristik wisatawan domestik di Saung Angklung Udjo?
2. Bagaimana kondisi keputusan berkunjung wisatawan domestik di Saung Angklung Udjo?
3. Bagaimana strategi untuk mempertahankan keputusan berkunjung wisatawan di Saung Angklung Udjo?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Memperoleh gambaran tentang karakteristik wisatawan domestik di Saung Angklung Udjo.
2. Memperoleh gambaran mengenai kondisi keputusan berkunjung wisatawan domestik ke Saung Angklung Udjo.
3. Merumuskan strategi untuk mempertahankan keputusan berkunjung wisatawan di Saung Angklung Udjo.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata khususnya pengambilan keputusan berkunjung yang dilakukan wisatawan ke sebuah destinasi wisata.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan, khususnya Saung Angklung Udjo dalam upaya evaluasi dan strategi efektif untuk mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan sehingga dapat mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

3. Manfaat Lanjutan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan masukan kepada pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengambilan keputusan berkunjung, khususnya di Saung Angklung Udjo.