

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup studi yang meliputi ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Pariwisata Indonesia terus mengalami perkembangan dan peningkatan dari waktu ke waktu, dapat dilihat dari bertambahnya jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Jawa Barat. Keindahan alam dan keramahan penduduk pribumi serta keanekaragaman budaya merupakan magnet yang menarik para wisatawan untuk berkunjung ke beberapa tempat pariwisata yang ada di daerah. Berkembangnya wisata di sebuah daerah akan berpengaruh terhadap perekonomian dan juga peningkatan kesejahteraan rakyatnya. Oleh karena sektor pariwisata merupakan sektor yang paling penting yang harus terus di kembangkan. Kemajuan teknologi sedikit banyaknya telah mempengaruhi perjalanan para generasi milenial. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi merupakan salah satu yang penting dalam mempengaruhi cara generasi milenial dalam melakukan perjalanan wisata. Dalam merencanakan perjalanan wisata, biasanya para wisatawan cenderung spontan dan acuannya adalah internet dan media social. Perilaku gemar melakukan perjalanan wisata berkembang menjadi sebuah *trend* dikalangan para wisatawan dan menganggap melakukan perjalanan wisata adalah sebuah hak yang harus dilakukan.

Kota Bandung merupakan kota pariwisata di Indonesia karena kota Bandung sudah menjadi tujuan wisata para wisatawan baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Tingginya pembangunan wisata yang berbasis milenial di kota Bandung menjadi salah satu daya tarik wisatawan domestik khususnya milenial. Destinasi wisata di Kota Bandung sangat bervariasi karena banyak destinasi menarik yang bisa dikunjungi oleh wisatawan, sehingga menarik wisatawan untuk berwisata di Kota Bandung karena wisata Kota Bandung dari fasilitas dan sarana prasarana yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi wisata tersebut. Selain itu daya tarik ini dapat menambah

minat kunjungan wisatawan milenial, karena rata – rata wisata yang berada di Kota Bandung ini di revitalisasi serta di sesuaikan dengan zaman agar dapat menarik peminat wisatawan khususnya wisatawan milenial. Pariwisata terbentuk apabila ada pelaku wisata (demand) yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan sistem promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (supply). Berikut table data kunjungan wisatawan domestic ke Kota Bandung.

Tabel I – 1
Data kunjungan wisatawan Kota Bandung tahun 2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data kunjungan wisatawan Kota Bandung tahun 2016 menentukan bahwa wisatawan domestic tahun 2016 sebanyak 4.827.689 orang, sedangkan wisatawan mancanegara sebanyak 173.036 orang, jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Kota Bandung pada tahun 2016 sebanyak 5.000.625 orang. Terkait dengan Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Wisatawan Milenial dengan mudah melakukan proses perencanaan perjalanan wisata secara mandiri. Dimana, saat ini telah tersedia berbagai jenis situs-situs atau aplikasi yang menawarkan atau membantu pemesanan fasilitas penunjang perjalanan wisata seperti transportasi, akomodasi, restoran, tiket masuk tempat wisata, dan bahkan

berbagai jenis souvenir. Tersedianya berbagai jenis penawaran memberikan ruang bagi Wisatawan Milenial untuk lebih selektif dan bebas mengambil keputusan. Hal ini terlihat dari bagaimana perilaku mereka dalam melakukan perjalanan wisata. Wisatawan Milenial akan menjadi lebih konservatif dengan uang mereka, namun mereka tidak memiliki ketakutan yang berlebihan untuk melakukan perjalanan, terutama karena mereka dapat meningkatkan pandangan atau wawasan tentang dunia. Perbedaan perilaku pada tiap generasi menciptakan tantangan, khususnya bagi para pemasar dan penyedia produk untuk dapat menciptakan atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan masing-masing segmen. Fenomena ini juga dihadapi oleh industri pariwisata, dimana para pelaku pariwisata (tourism stakeholders) akademisi dan penentu kebijakan ditantang untuk memformulasikan strategi untuk menghadapi tren perubahan pasar (wisatawan) di masa yang akan datang. Informasi dan data yang mendukung akan sangat membantu pada lingkup praktis untuk mempersiapkan tantangan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, peneliti meyakini kajian terkait dengan **“Identifikasi Pola Perilaku Wisatawan Milenial Terhadap Pariwisata”** sangat relevan dan penting untuk dilakukan, karena memiliki dampak teoritis dan praktis

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik wisatawan milenial terhadap pariwisata?
2. Bagaimana perilaku wisatawan milenial terhadap pariwisata?
3. Bagaimana persepsi wisatawan milenial terhadap pariwisata?
4. Apakah ada hubungan antara karakteristik wisatawan milenial dengan perilaku wisatawan milenial terhadap pariwisata?

1.3 Tujuan dan Sasaran

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka berikut merupakan tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui karakteristik dan wisatawan milenial terhadap pariwisata.
- Adapun sasaran untuk tercapainya tujuan tersebut, diantaranya :

1. Teridentifikasinya karakteristik wisatawan milenial terhadap pariwisata.
2. Teridentifikasinya perilaku wisatawan milenial terhadap pariwisata.
3. Teridentifikasinya persepsi wisatawan milenial terhadap pariwisata.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan diatas, manfaat yang du harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Pemerintah

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan atau rekomendasi dalam upaya pengembangan wisata di kota Bandung. Masukan berupa persepsi dan preferensi kebutuhan wisatawan milenial diharapkan dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan milenial ke wisata kota Bandung.

2. Untuk Bidang Perencanaan Wilayah dan Kota

Proses serta hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi cara alternatif untuk mengembangkan serta meningkatkan tingkat pengunjung wisata dengan persepsi dan preferensi para wisatawan milenial sebagai pendekatan lain dari perencanaan wilayah dan kota.

3. Untuk Masyarakat

Dari studi kasus tersebut diharapkan dapat memberikan motivasi agar masyarakat turut berpartisipasi dalam pengembangan wisata kota Bandung untuk meningkatkan kunjungan wisatawan milenial.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Pada sub bab ini akan menjelaskan mengenai ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penelitian terbagi menjadi dua bagian yaitu ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah. Ruang lingkup materi merupakan Batasan materi yang akan dibahas dalam penelitian. Sedangkan ruang lingkup wilayah merupakan gambaran lingkup wilayah penelitian.

1.5.1 Ruang Lingkup Materi

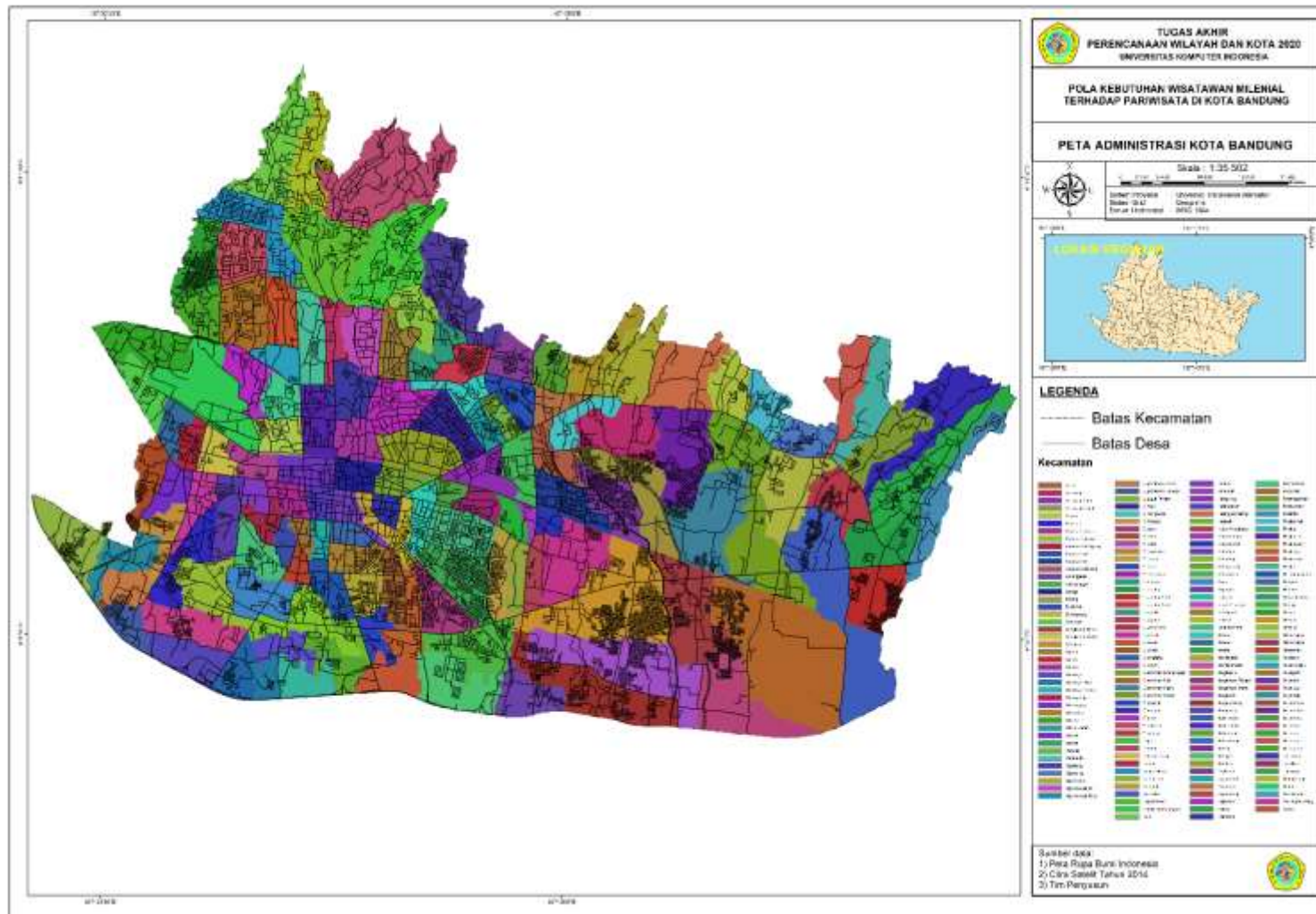
Penelitian ini memiliki fokus pada kebutuhan wisatawan milenial terhadap pariwisata di kota Bandung. Hal – hal yang akan dibahas yaitu :

1. Karakteristik wisatawan milenial yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, asal wisatawan, sumber biaya, teman perjalanan, tujuan berwisata, biaya perjalanan, dan intensitas perjalanan wisata dalam kurun waktu setahun terakhir.
2. Perilaku wisatawan milenial mencakup informasi wisata, merencanakan perjalanan wisata, memesan tiket perjalanan, akomodasi yang digunakan jika menginap saat berwisata, jenis wisata, lama waktu berwisata, transportasi yang digunakan saat akan berwisata dan menceritakan pengalaman berwisata pada orang lain.
3. Persepsi wisatawan milenial mencakup intensitas perjalanan wisata ke Kota Bandung, aksesibilitas jarak tempuh mudah di jangkau ke lokasi wisata, teknologi digital memudahkan mencari informasi pariwisata, rating wisata menentukan perjalanan wisata, informasi yang di dapat menentukan keputusan perjalanan wisata dan melakukan penilaian terhadap tempat wisata. Penilaian persepsi wisatawan menggunakan *skala likert* dengan membagi penilaian menjadi sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

1.5.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup penelitian atau lokasi studi berada di Kota Bandung. Kota Bandung adalah kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, sekaligus menjadi ibu kota provinsi tersebut. Kota ini terletak 140 km sebelah tenggara Jakarta, dan merupakan kota terbesar di wilayah Pulau Jawa bagian selatan. Sedangkan wilayah Bandung Raya (Wilayah Metropolitan Bandung) merupakan metropolitan terbesar ketiga di Indonesia setelah Jabodetabek. Batas wilayah Kota Bandung yaitu :

- Batas Utara : Kabupaten Bandung
- Batas Selatan : Kabupaten Bandung
- Batas Timur : Kabupaten Bandung
- Batas Barat : Kabupaten Bandung



Sumber : Hasil Analisis, 2020

**Gambar I – 1
Peta Administrasi Kota Bandung**

1.6 Metode Penelitian

Metode yang akan dilakukan akan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu persiapan, survey awal (pendahuluan), survey data primer dan sekunder, pengolahan data, analisis data dan penulisan penelitian.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data dilakukan dengan memperoleh data primer dan data sekunder dari wawancara dan observasi objek penelitian.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner / google form karena salah satu teknik pengumpulan data yang dituangkan dalam bentuk item pertanyaan. Kuesioner ini ditunjukkan kepada masyarakat Kota Bandung.

Tabel I – 2
Variable Penelitian

No.	Kebutuhan Data	Metode Pengumpulan Data	Sasaran
1.	Karakteristik Wisatawan Milenial : a. Usia b. Jenis kelamin c. Daerah asal d. Pekerjaan e. Sumber Biaya f. Teman perjalanan g. Tujuan berwisata h. Biaya perjalanan wisata i. Intensitas perjalanan	Kuesioner (Google Form)	Untuk mengetahui karakteristik wisatawan milenial terhadap pariwisata Kota Bandung
2.	Perilaku Wisatawan Milenial : a. Informasi wisata b. Merencanakan perjalanan wisata c. Memesan tiket perjalanan d. Akomodasi yang digunakan jika menginap saat berwisata e. Lama waktu saat berwisata f. Transportasi yang digunakan saat akan berwisata g. Menceritakan pengalaman berwisata kepada orang lain	Kuesioner (Google Form)	Untuk mengetahui perilaku wisatawan milenial terhadap pariwisata kota bandung.
3.	Persepsi Wisatawan Milenial Terhadap Pariwisata : a. Aksesibilitas lokasi wisata b. Teknologi digital memudahkan mencari informasi wisata	Kuesioner (Google Form)	Untuk mengetahui persepsi wisatawan milenial terhadap pariwisata.

No.	Kebutuhan Data	Metode Pengumpulan Data	Sasaran
	<ul style="list-style-type: none"> c. Tren wisata d. Rating wisata menentukan perjalanan wisata e. Informasi wisata menentukan perjalanan wisata f. Melakukan penilaian terhadap tempat wisata 		

Sumber : Penulis, 2020

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah digunakan sebelumnya oleh orang lain yang diperoleh dari instansi-instansi atau data yang diperoleh pada instansi terkait guna mengetahui data kuantitatif objek penelitian. Berikut ini adalah data-data yang didapatkan dari studi literatur maupun dari instansi-instansi terkait :

Tabel I – 3
Kebutuhan Data Sekunder

No.	Kebutuhan Data	Sumber	Metode Pengumpulan Data
1	Data kependudukan Kota Bandung 5 (lima) tahun terakhir.	Dinas Badan Pusat Statistik Kota Bandung	Survey Instansi
2	Data Pariwisata Kota Bandung, meliputi daya tarik, potensi, tipe wisata dan lain sebagainya.	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	Survey Instansi

Sumber: Kebutuhan Data Peneliti, 2020

1.7 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis deskriptif kuantitatif terhadap data primer dan data sekunder. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran secara utuh mengenai kebutuhan wisatawan milenial terhadap pariwisata di Kota Bandung sehingga dapat memberikan penilaian mengenai apa yang dibutuhkan wisatawan milenial dalam berwisata. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk memberikan gambaran yang dibutuhkan wisatawan milenial terhadap pariwisata di Kota Bandung menggunakan teknik kuesioner.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan memilih masyarakat yang berdomisili Kota Bandung dengan batas umur dari mulai 16 tahun hingga 44 tahun. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan perhitungan menggunakan rumus slovin (Diniharianti, 2019) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi/Jumlah Penduduk

I = Konstanta

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 10%

maka dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1102109}{1 + 1102109(0.1)^2}$$

n = 99,99 sampel, dibulatkan menjadi 100 sampel.

Setelah ditentukan jumlah sampel maka untuk menganalisis hasil kuesioner yang diberikan kepada responden adalah menggunakan Skala Likert. Dalam penelitian ini menggunakan skala empat dengan alternatif jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju serta skala lima dengan alternative jawaban Adapun kriteria penilaian tertera pada tabel di bawah ini :

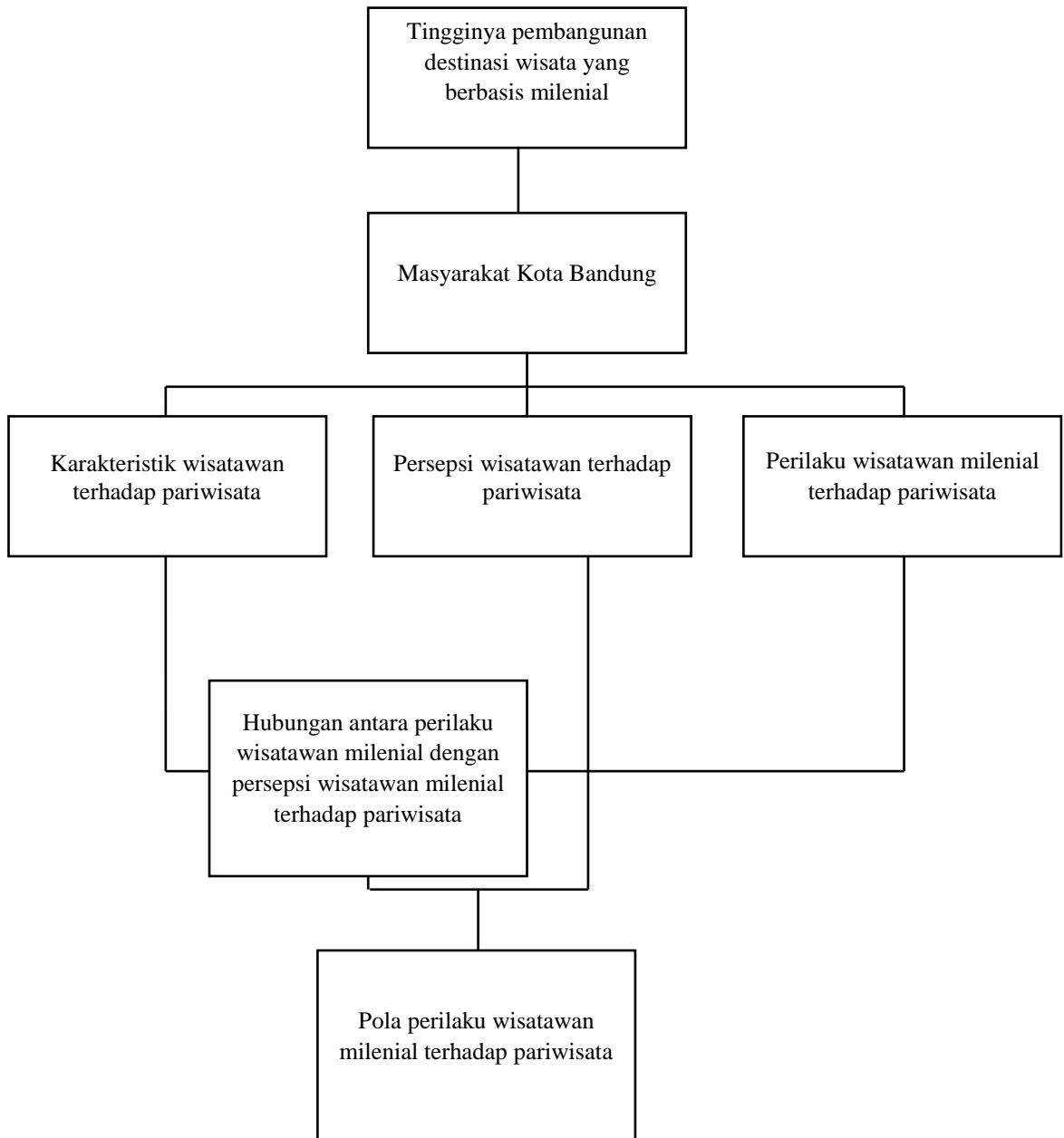
Tabel I – 4
Kriteria Penilaian Responden

No	Pernyataan	
	Alternatif Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Hasil analisis, 2020

1.8 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan latar belakang, tujuan, sasaran, metodologi penelitian, hingga hasil akhir yang diharapkan seperti yang dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar I – 2 Kerangka Berfikir

Sumber : Penulis, 2020

1.9 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “**IDENTIFIKASI POLA PERILAKU WISATAWAN MILENIAL TERHADAP PARIWISATA**”

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pembuka dari laporan penulisan tugas akhir. Bab ini berisikan hal-hal yang berkaitan langsung dengan kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Adapun hal-hal yang terdapat dalam bab ini meliputi : latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika pembahasan.

- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai berbagai kajian literatur serta teori-teori yang mendukung tujuan dari penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka bermanfaat untuk menghasilkan petunjuk kepada peneliti untuk dapat memecahkan persoalan yang dihadapi didalam penelitian secara ilmiah.

- **BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH STUDI**

Bab ini memberikan pembahasan mengenai gambaran umum wilayah Kota Bandung sebagai wilayah kajian, selain itu juga diulas mengenai penduduk Kota Bandung yang termasuk pada kriteria milenial.

- **BAB IV ANALISIS POLA KEBUTUHAN WISATAWAN MILENIAL TERHADAP PARIWISATA DI KOTA BANDUNG**

Bab ini akan membahas mengenai analisis pola kebutuhan wisatawan milenial terhadap pariwisata di Kota Bandung dengan membahas karakteristik wisatawan milenial, perilaku wisatawan milenial dan persepsi wisatawan milenial serta hubungan antara karakteristik wisatawan milenial dengan perilaku wisatawan milenial.

- **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Setelah melakukan identifikasi dan analisis mengenai pola perilaku wisatawan milenial terhadap pariwisata, maka dalam bab ini penulis menutup dengan kesimpulan disertai rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga memberikan kelemahan penelitian dan anjuran studi untuk penelitian – penelitian lain yang akan dilakukan di masa mendatang.