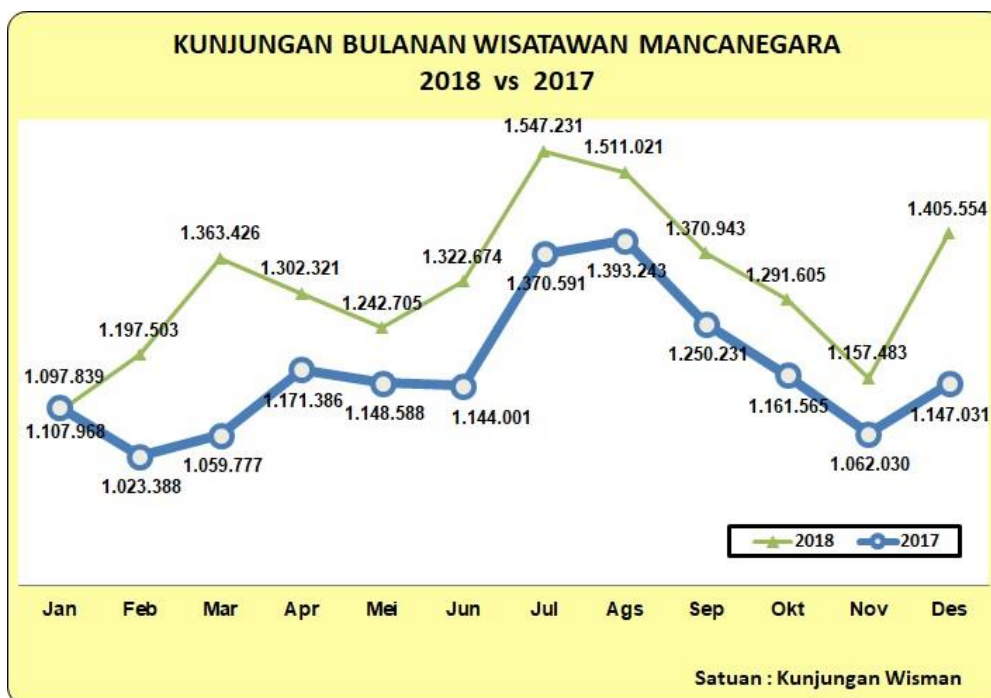


# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia dan pariwisata adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dikarenakan terdapat banyak sekali tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh seluruh masyarakat dari berbagai wilayah di Indonesia. Daya tarik wisata di Indonesia tidak hanya dikenal oleh masyarakat domestik, tetapi wisatawan mancanegara pun sudah sangat mengenal beranekaragam pariwisata di Indonesia. Hal ini terbukti dengan adanya data statistik yang menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam tahun 2018 pada grafik berikut :



Gambar 1 1 Grafik Kunjungan Wisatawan Mancanegara

Sumber: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan. Terhitung sejak bulan Mei 2018 angka kunjungan wisatawan mancanegara sedikit demi sedikit menunjukkan kenaikan dari angka 1.242.705 jiwa

beranjak naik di bulan Juni 2018 yaitu di angka 1.322.674 jiwa. Kenaikan tersebut bertahan sampai bulan Juli 2018 hingga pada saat itu menunjukkan adanya penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Kenaikan yang tajam di bulan Desember 2018 mengalami peningkatan drastis yaitu jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia menembus angka 1.405.554 jiwa.

Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang luas dengan berbagai Kabupaten dan Kota dengan letak yang strategis dalam kegiatan perekonomiannya terutama dalam pariwisata. Disamping itu, keragaman daya tarik wisata yang dimiliki kabupaten/kota di Jawa Barat memberikan alternatif pilihan berwisata yang lebih bervariasi bagi wisatawan.

Kabupaten/Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
<b>Kabupaten</b>			
1. Bogor	228.913	4.955.079	5.183.992
2. Sukabumi	49.985	2.031.979	2.081.964
3. Cianjur	12.100	212.095	224.195
4. Bandung	867.000	5.583.468	6.450.468
5. Garut	4.983	671.858	676.841
6. Tasikmalaya	1.362	505.570	506.932
7. Ciamis	-	126.022	126.022
8. Kuningan	116	1.189.102	1.189.218
9. Cirebon	-	644.224	644.224
10. Majalengka	1.500	443.001	444.501
11. Sumedang	18.637	992.315	1.010.952
12. Indramayu	-	111.703	111.703
13. Subang	748.972	3.477.300	4.226.272
14. Purwakarta	2.782	1.957.194	1.959.976
15. Karawang	649	4.574.411	4.575.060
16. Bekasi	-	49.740	49.740
17. Bandung Barat	278.027	1.289.657	1.567.684
18. Pangandaran	10.344	1.824.367	1.834.711
<b>Kota</b>			
1. Bogor	13.217	5.293.040	5.306.257
2. Sukabumi	3.266	82.316	85.582
3. Bandung	432.271	1.431.290	1.863.561
4. Cirebon	1.423	1.354.722	1.356.145
5. Bekasi	-	-	-

6.	Depok	7.812	1.864.273	1.872.085
7.	Cimahi	339	1.968	2.307
8.	Tasikmalaya	25	302.908	302.933
9.	Banjar	-	50.453	50.453
<b>Jawa Barat</b>		<b>2.683.723</b>	<b>41.020.055</b>	<b>43.703.778</b>

**Tabel 1 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Jawa Barat 2016**

Sumber : <https://jabar.bps.go.id>

Di akses pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 21.55

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat baik Kabupaten maupun Kota mencapai angka 2.683.723 untuk wisatawan mancanegara dan mencapai angka 41.020.055 untuk wisatawan nusantara. Keberagaman daya tarik wisata di Jawa Barat menjadikan sebab utama wisatawan memilih untuk berkunjung ke Jawa Barat. Terdapat 18 Kabupaten dan 9 Kota di Jawa Barat yang rata-rata memiliki daya tarik dan ciri khas yang menarik untuk dikunjungi.

Salahsatu kota di Jawa Barat yang memiliki beragam daya tarik wisata yaitu Kabupaten Bandung Barat. Dari total tersebut, 3,96% wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat. Hal tersebut menunjukkan bahwa kawasan Kabupaten Bandung Barat memiliki cukup daya tarik untuk dapat menarik wisatawan datang berkunjung. Karena Kabupaten Bandung Barat memiliki banyak potensi wisata baik alam maupun budaya. Ini terlihat dari cukup banyaknya objek dan destinasi wisata di wilayah Kabupaten Bandung Barat. Berikut merupakan data jumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat per-Tahun 2015:

No	Jenis Objek Wisata			Jumlah Objek Wisata	Luas (Ha)
	Alam	Budaya	Minat Khusus		
1	26	10	3	39	4772,9

**Tabel 1 2 Jumlah Objek Wisata Kabupaten Bandung Barat 2015**

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat, 2015

Dari data tabel 1.2 diatas dapat dilihat jumlah objek wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat sebanyak 39 objek wisata. Luas keseluruhan yang digunakan untuk objek wisata tersebut yaitu mencapai 4772,9 Ha, dan objek wisata alam merupakan objek destinasi wisata yang paling banyak di Kabupaten Bandung Barat.

Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu kabupaten atau kota yang berada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kabupaten Bandung Barat merupakan hasil pemekaran dari wilayah Kabupaten Bandung. Kabupaten ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Purwakarta di sebelah Barat, Kabupaten Subang di sebelah Utara, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di sebelah Timur, serta Kota Bandung disebelah Selatan.

Kabupaten Bandung Barat mewarisi sekitar 1.400.000 penduduk dari 42,9% wilayah lama Kabupaten Bandung. Wilayah Kabupaten Barat terbagi menjadi 16 kecamatan yaitu : Batujajar, Cikalongwetan, Cihampelas, Cililin, Cipatat, Cipendeuy, Cipongkor, Cisarua, Gununghalu, Lembang, Ngamprah, Padalarang, Parongpong, Rongga, Sindangkerta dan Saguling. Dari 16 kecamatan yang ada Kabupaten Bandung Barat memiliki 165 desa dan Kecamatan Lembang memiliki jumlah desa terbanyak yaitu 16 Desa.

Lembang merupakan salah satu wilayah kecamatan yang berada di Kabupaten Bandung Barat. Kecamatan Lembang terdiri dari 16 Desa yaitu Gudang Kahuripan, Wangunsari, Pagerwangi, Mekarwangi, Langensari, Kayuambon, Lembang, Cikahuripan, Sukajaya, Jayagiri, Cibogo, Cikole, Cikidang, Wangunharja, Cibodas dan Suntenjaya. Lembang terletak di dataran tinggi, hal tersebut menjadikan Lembang memiliki iklim udara yang sejuk. Selain itu kawasan Lembang memiliki cukup banyak potensi wisata, yang menjadikan kawasan Lembang menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Kawasan Bandung Utara. Karena *trend* industri pariwisata yang makin positif, membuat Kecamatan Lembang menjadi salah satu tempat bagi para *stakeholder* untuk mengembangkan usaha dalam industri pariwisata. Selain karena iklimnya yang sejuk, letak Kecamatan Lembang cukup strategis karena mudah dijangkau oleh para pelancong dari Jakarta yang memang selalu memenuhi Bandung pada saat *weekend*. Hasilnya saat ini banyak pembangunan hotel serta objek destinasi baru di Kecamatan Lembang yang menjadikan Pariwisata Lembang semakin berkembang pesat.

Tabel Keberadaan tempat wisata di Kecamatan Lembang

No	Desa/Kelurahan	Hotel		Restoran/ Rumah Makan	Tempat Wisata
		Bintang	Melati/ Penginapan		
1	Gudang Kahuripan	-	12	11	-
2	Wangunsari	-	-	-	-
3	Pagerwangi	-	-	-	1
4	Mekarwangi	-	2	1	-

5	Langensari	-	1	2	1
6	Kayuambon	-	2	-	1
7	Lembang	3	5	11	1
8	Cikahuripan	1	3	3	1
9	Sukajaya	-	2	2	-
10	Jayagiri	2	10	16	-
11	Cibogo	1	7	4	-
12	Cikole	-	4	6	1
13	Cikidang	-	-	-	-
14	Wangunharja	-	-	-	1
15	Cibodas	-	2	3	3
16	Suntenjaya	-	-	-	-
JUMLAH		7	50	59	10

**Tabel 1 3 Keberadaan Tempat Wista di Kecamatan Lembang**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung Barat

Dari table 1.3 dapat dilihat Kecamatan Lembang memiliki 10 tempat wisata yang tersebar di beberapa desa. Kecamatan Lembang menjadi salah satu kawasan yang paling banyak memiliki tempat wisata karena 25,64% tempat wisata yang ada di Kabupaten Bandung Barat berada di Kecamatan Lembang. Objek wisata yang ada di Kecamatan Lembang diantaranya Gunung Tangkuban Perahu, Bumi Perkemahan, De Ranch, Maribaya, *Floating Market*, hingga yang paling baru yaitu Farm House. Salahsatu destinasi di kawasan Lembang yang paling banyak diminati yaitu objek wisata pasar terapung *Floating Market*.

Dalam menciptakan pengalaman yang positif, para stakeholder di bidang pariwisata terus menciptakan inovasi baru dalam menghadirkan daya tarik dan atraksi wisata di Jawa Barat khususnya di Kota Bandung untuk mengikuti pola pikir wisatawan dalam perubahan minatnya terhadap produk wisata. Salah satu atraksi wisata yang hadir di Kota Bandung tepatnya di Kabupaten Bandung Barat yaitu wisata pasar terapung, *Floating Market* Lembang. Sesuai namanya, core competency atau keunggulan yang dimiliki *Floating Market* Lembang dibandingkan dengan daya tarik wisata lainnya adalah pasar terapung itu sendiri dan core product atau suatu produk yang fungsinya merupakan alasan dasar konsumen untuk membelinya ini adalah jajanan atau makanan yang dijual diatas perahu yang disuguhkan dengan

pemandangan alam danau situ Umar yang indah dan iklim yang sejuk. Kawasan wisata Floating Market Lembang merupakan atraksi wisata terbaru yang hadir di Kabupaten Bandung Barat dengan konsep Onestop entertainment, dimana wisatawan dapat melakukan aktivitas berwisata kuliner, berbelanja souvenir seperti baju, aksesoris hingga berpetualang menggunakan sampan. Destinasi wisata ini dibuka pada tanggal 19 Desember 2012. pekan saja, akan tetapi sekarang Floating Market Lembang dibuka setiap hari. Pemilik dari kawasan *Floating Market* Lembang yaitu Bapak Perry Trisianto Tedja, beliau merupakan salah satu stakeholder yang cukup sukses dalam mengkreasikan objek destinasi wisata untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan yang ingin berwisata. Kawasan yang digunakan oleh Floating Market Lembang yaitu sebuah danau alami yang bernama Situ Umar. Awalnya Situ Umar hanya dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai tempat pemancingan, akan tetapi dewasa ini Situ Umar menjadi sebuah atraksi wisata buatan dengan konsep taman rekreasi buatan bernama Floating Market Lembang.

Untuk mengetahui apa yang perlu dibenahi, pengelola harus mengetahui persepsi wisatawan terhadap objek wisata *Floating Market*. Jika wisatawan merasa puas terhadap suatu objek wisata, maka objek wisata tersebut perlu diefektifkan bukan untuk diprioritaskan. Beda hal jika ada sebuah objek wisata yang wisatawan rasakan tidak puas, maka produk wisata tersebut perlu diprioritaskan. Berdasarkan hal tersebut penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian di *Floating Market* dengan Judul :

**“Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat 2019”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap sarana di objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat ?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap prasarana di objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah di rumuskan, maka di buat lah kajian mengenai pengelolaan objek wisata yang bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap sarana di objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap prasarana di objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.

## **1.4 Manfaat**

Kegunaan penelitian jika tercapai, hasil penelitian akan memiliki manfaat praktis dan teoritis.

### **1.4.1 Manfaat Praktis**

1. Sebagai bahan referensi, sumber informasi dan sumbangan pemikiran bagi pihak pengelola objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.
2. Sebagai bahan evaluasi bagi pihak pengelola objek wisata Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.

### **1.4.2 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai referensi, sumber informasi dan sumbangan pemikiran kepada wisatawan yang berkunjung ke Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.
2. Sebagai informasi kepada wisatawan tentang persepsi yang dikemukakan oleh para wisatawan yang sudah berkunjung ke Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.

Sebagai salahsatsyarat akademisi D III

