

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Kata Bandung yaitu berasal dari kata bending atau bendungan karena ada terbendungnya sungai Citarum oleh lava Gunung Tangkuban Parahu yang membentuk telaga. Legenda yang diceritakan oleh orang-orang tua di Bandung mengatakan bahwa nama Bandung diambil dari dua perahu yang diikat berdampingan yang disebut dengan perahu Bandung yang digunakan oleh Bupati Bandung R.A Wiranatakusumah II. Jika melayari sungai Citarum saat mencari tempat kedudukan kabupaten yang baru untuk menggantikan ibu kota yang lama yaitu di Dayeuhkolot.

Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di provinsi Jawa Barat, dan terbesar ke tiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya, dan sekaligus menjadi ibu kota provinsi Jawa Barat. Tidak hanya menjadi pusat pemerintahan Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung juga tumbuh menjadi pusat perdagangan lokal dan juga regional, pusat pendidikan, kota pariwisata dan kebudayaan, serta pusat pada industri. Karena posisi Kota Bandung terletak di dataran tinggi, jadi kota ini sangat dikenal sebagai tempat yang berhawa sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota untuk tujuan wisata para wisatawan dalam kota maupun luar kota.

Banyak julukan dari kota ini mulai dari Kota Kembang, *Paris van Java*, hingga surga kuliner dan tempat liburan. Kota kembang tersebut merupakan sebutan lain untuk Kota Bandung, karena pada zaman dahulu Bandung dinilai sangat cantik dengan adanya banyak pohon dan bunga-bunga yang tumbuh di sana. Kota Bandung disebut juga dengan *Paris van Java* karena keindahannya. Selain itu kota Bandung juga dikenal sebagai pusat kota belanja, dengan *mall* dan *factory outlet* yang cukup banyak tersebar di kota ini, dan pada saat ini wisatawan berangsur-angsur ke Kota Bandung juga menjadi kota wisata kuliner.

Kota Bandung juga selain dikenal sebagai *Paris Van Java* dan Kota Kembang, dijuluki dengan *The Most European City in The East Indies*, Bandung *Excelsior*,

*Intelectuele Centrum Van Indie, Eurpoe in The Tropen*, Kota Permai. Pada tanggal 21 bulan Mei 2022, Kota Bandung juga resmi untuk mendeklarasikan diri sebagai Bandung Kota Angklung. Dan pada tahun 2007 konsorsium beberapa LSM internasional menjadikan kota Bandung sebagai *pilot project* yaitu kota terkreatif se-Asia Timur, saat ini kota Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama untuk pariwisata dan pendidikan.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Hadirnya COVID-19 mendorong pemerintah membuat berbagai kebijakan sebagai upaya menghentikan penyebaran virus, diantaranya yaitu dengan membatasi mobilitas masyarakat. Namun, kebijakan tersebut rupanya memberikan dampak terhadap beberapa sektor yang ada di Indonesia salah satunya adalah sektor pariwisata (Lensa Henna 2022). Padahal pariwisata sendiri termasuk dalam kebutuhan masyarakat sebagai obat dikala penat sekaligus merupakan program penunjang perekonomian negara mengingat sektor pariwisata Indonesia masuk ke dalam 10 besar The World Travel & Tourism Council (WTTC) (liputan6.com 2018). Kegiatan pariwisata di Indonesia saat ini memerlukan proses adaptasi yang tidak biasa akibat adanya penyebaran pandemi Covid-19 yang melanda.

Ketertarikan wisatawan untuk berwisata juga akan dipengaruhi oleh berbagai faktor pertimbangan seperti penekanan pada pembatasan kapasitas ruangan dan fasilitas wisata serta jumlah pengunjung akan memicu demotivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan. Wisatawan juga akan menekankan perhatian pedoman kesehatan/keamanan, serta aturan yang diterapkan pada suatu destinasi wisata. Informasi-informasi tersebut akan membuat wisatawan semakin yakin dan meningkatkan kepercayaan dan motivasi wisatawan untuk membuat keputusan perjalanan karena faktor ketertarikan secara murni terhadap suatu tempat wisata tertentu (Aebli, Volgger, & Taplin, 2021). Dampak yang terjadi berupa penurunan pengunjung yang dapat dilihat dari data jumlah kunjungan wisatawan di Kota Bandung di bawah ini.

Jenis Wisatawan	Perkiraan Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Berdasarkan Pintu Masuk Kota Bandung (Jiwa)		
	2019	2020	2021
Wisatawan Mancanegara	252.842	30.210	37.417
Wisatawan Domestik	8.175.221	3.214.390	3.704.263
Jumlah	8.428.063	3.244.600	3.741.680

**Gambar 1. 1 Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bandung**

*Sumber* : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2021)

Pada tahun 2019 jumlah wisatawan domestik yang datang berkunjung ke Kota Bandung mencapai 8.175.221 orang, sedangkan pada tahun 2020 menurun drastis menjadi 3.214.390 orang dan di tahun 2021 ada peningkatan lagi menjadi 3.704.263 orang. Sedangkan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 sebanyak 252.842 orang, pada tahun 2020 turun drastis menjadi 30.210 orang dan di tahun 2021 ada peningkatan menjadi 37.417 orang. Adanya peningkatan ini membuat beberapa perusahaan berupaya meningkatkan pendapatan yang sempat tertahan sementara waktu (Jialeixu, 2022). Oleh karena itu, perusahaan mengupayakan berbagai strategi pemasaran pada pariwisata yang bertujuan untuk mencapai harapan dan kepuasan agar wisatawan tertarik untuk berkunjung kembali (Hidayat, 2022). Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor yang tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian negara yang dapat menyumbangkan utama pada PDB, tetapi juga secara sosial, politik, budaya (d et al., 2020).

Niatan berkunjung kembali diyakini adalah ketersediaan seseorang untuk mengunjungi tujuan yang sebelumnya pernah ia kunjungi. Penelitian ini dilakukan sekiranya agar dapat memberikan prediksi mengenai aspek yang menjadi pengaruh individu untuk mengunjungi tempat yang sebelumnya pernah dikunjungi. Sebagaiantisipasi akan langkah yang sekiranya diambil untuk menangani dan memperbaharui fasilitas ataupun layanan yang diberikan untuk menghadapi kunjungan kembali wisatawan. Berikut merupakan infografis destinasi wisata yang ada di Kota Bandung.



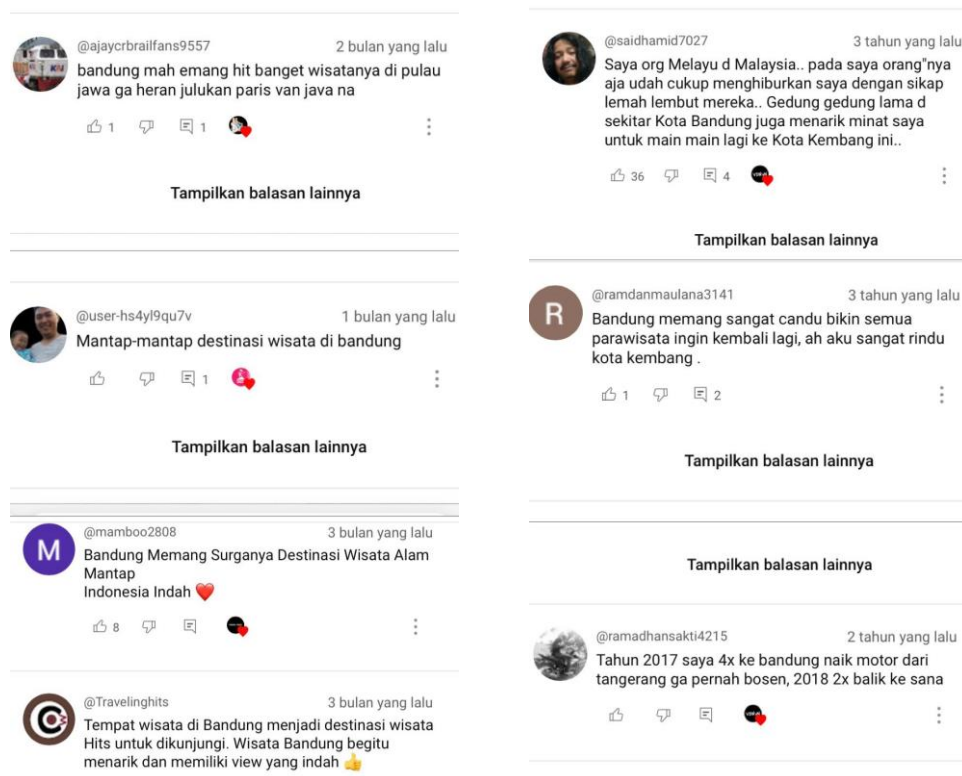
**Gambar 1. 2 Infografis Destinasi Wisata Kota Bandung**

*Sumber : Salasawita.com (2022)*

Kota Bandung menjadi salah satu kota tujuan utama wisata yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dikarenakan terdapat berbagai macam tujuan wisata yang terdapat di Kota Bandung. Daya tarik wisata merupakan sumber daya yang bersifat permanen, baik yang bersifat alami maupun yang bersifat permanen buatan manusia, yang dikembangkan dan dikelola dengan primer tujuannya untuk menarik pengunjung (Herry et al., 2019). Berdasarkan infografis diatas ada 24 destinasi yang populer dari google maps, yang menjadi Kota Bandung sangat menarik untuk dijadikan tempat berwisata, sehingga menjadi motivasi untuk para wisatawan bisa menikmati keindahan alam, berburu kuliner, hingga menyaksikan pertunjukkan budaya (DataIndonesia.id 2022).

Menurut Bigne yang dikutip oleh Tang et al, (2022) citra dan kepuasan dengan tujuan wisata adalah penentu utama keinginan untuk berkunjung kembali, begitu pula menurut Clark yang dikutip oleh Tang et al, (2022) mengatakan bahwa kepercayaan, komitmen, pengalaman wisata sebelumnya, dan kepuasan merupakan

faktor yang paling berpengaruh dalam loyalitas wisatawan. Dari dua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan faktor penting untuk menarik para wisatawan untuk dapat berkunjung kembali. Berikut ini adalah komentar – komentar yang diambil dari sosial media YouTube Indonesia yang memberikan pernyataan kepuasan dan ingin berkunjung kembali ke Kota Bandung.



**Gambar 1. 3 Respon Para Wisatawan di Kota Bandung Melalui Komentar YouTube**

*Sumber : YouTube (2019)*

Pada gambar 1.3 diambil beberapa komentar dari pengguna YouTube mengenai konten destinasi wisata di Kota Bandung yang memberikan respon kepuasan dan ingin berkunjung kembali ke Kota Bandung, oleh sebab itu Pemangku kepentingan pada objek wisata di kota Bandung perlu menyebarkan informasi destinasi prioritas di Kota Bandung kepada wisatawan agar mendapatkan informasi yang komperhensif, hal ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu, bahwa informasi yang komprehensif dapat meingkatkan niat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisatawan (Tantra et al., 2022).

Oleh karena itu berkaitan dengan fenomena di atas. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang serupa, namun di lokasi yang berbeda dengan judul : "Pengaruh Motivasi, Citra Destinasi dan Kepuasan Terhadap Niat Wisatawan Untuk Berkunjung Kembali" untuk mengetahui apa saja faktor yang membuat wisatawan ingin berkunjung kembali.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ditemukan bahwa jumlah wisatawan domestik pada tahun 2020 menurun drastis menjadi 3.214.390 dibandingkan tahun sebelumnya, begitupun dengan jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2020 yang menurun drastis menjadi 30.210 orang. Hal ini disebabkan karena situasi *pandemic* covid-19 yang menyebabkan seluruh aktivitas secara umum dihentikan untuk sementara, sehingga membawa dampak pada jumlah wisatawan yang berkunjung di kota Bandung. Berangkat pada permasalahan tersebut, maka perumusan masalah yang akan diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah motivasi berwisata berpengaruh secara parsial terhadap niat untuk berkunjung kembali pada Kota Bandung?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh secara parsial terhadap niat untuk berkunjung kembali pada Kota Bandung?
3. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh secara parsial terhadap niat untuk berkunjung kembali Kota Bandung?
4. Apakah motivasi, citra destinasi dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap niat untuk berkunjung kembali pada Kota Bandung?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwisata terhadap niat untuk berkunjung kembali pada Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap niat untuk berkunjung kembali pada Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap niat untuk berkunjung Kembali Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan motivasi, citra destinasi dan kepuasan terhadap niat berkunjung kembali pada Kota Bandung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan memiliki manfaat bagi para pembaca baik dalam beberapa aspek seperti :

1. Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat masukkan, pengetahuan serta wawasan bagi pembaca mengenai pengaruh motivasi, citra destinasi dan kepuasan wisatawan untuk berkunjung kembali. Kesiapan untuk mengunjungi kembali adalah kemungkinan wisatawan akan terlibat dalam aktivitas tertentu lagi.

2. Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan yang bermanfaat tentang citra destinasi dan kepuasan wisatawan untuk berkunjung kembali. menurut hasil, kepuasan wisatawan memainkan peran penting dalam meningkatkan keinginan wisatawan Kota Bandung untuk berkunjung kembali. Oleh karena itu, pengelola objek wisata Kota Bandung harus lebih memperhatikan peningkatan popularitas tempat wisata.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika dan penjelasan singkat pada penulisan laporan Tugas Akhir yang terdiri dari BAB I sampai dengan BAB V.

- a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini meringkas dan menggambarkan Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memberikan gambaran umum menggunakan teori khusus yang dijelaskan secara singkat dan padat dengan disertai peneliti terdahulu dan penggambaran kerangka penelitian dengan disertai hipotesis.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang mengenai jenis penelitian, seperti operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.