



*knowledge for prosperity*

*Proceeding*

# **Seminar Nasional**

## ***Call For Papers***

**"RISET EKONOMI DAN BISNIS INKLUSIF"**

**Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Sebelas Maret Surakarta**  
**Tahun 2013**

**BAGIAN I AGENDA KEGIATAN**

**A. Jadwal Acara Seminar Nasional**

**B. Jadwal Sesi Paralel**

## A. Jadwal Acara Seminar Nasional



### National Seminar & Call for Paper Agenda

#### National Seminar & Call for Paper Agenda

Track 1	Bidang Ilmu Ekonomi
Track 2	Bidang Manajemen
Track 3	Bidang Akuntansi

Hari Pertama : Kamis, 30 Mei 2013

Pukul 7:30 - 8:30		Registrasi & Coffee Break
Pukul 9:00 - 9:45		Pembukaan dan Sambutan Pembawa Acara, Dekan FE UNS, Rektor UNS, Walikota Surakarta
Pukul 9:45 - 10:30	Keynote Speech	Keynote Speaker: Ir. H. Joko Widodo (Gubernur DKI Jakarta) *Ruang Tirtasari
Pukul 10:45 - 12:30	Sesi Pleno	"Riset Ekonomi dan Bisnis Inklusif" Pembicara : Dr. Chris Manning (the Australian National University (ANU)) Dr. Arifin Angriawan (Purdue University, USA) Bhimo Rizky Samudro, S.E., M.Si. (Universitas Sebelas Maret) *Ruang Tirtasari
Pukul 12:30 - 13:00		Lunch Break - ISHOMA

Sesi Paralel	Pukul 13:00 - 17:15 (Coffee Break di ruang masing-masing pukul 15:00 - 15:15)		Pukul 19:00 - 21:00	
	Ruang I Presentasi Paper Topik Bidang Ilmu Ekonomi 10 Peserta (Lihat Lampiran)	Ruang II Presentasi Paper Topik Bidang Ilmu Ekonomi 12 Peserta (Lihat Lampiran)	Ruang III Presentasi Paper Topik Bidang Manajemen 13 Peserta (Lihat Lampiran)	Ruang IV Presentasi Paper Topik Bidang Manajemen 13 Peserta (Lihat Lampiran)
	Ruang V Presentasi Paper Topik Bidang Akuntansi 12 Peserta (Lihat Lampiran)	Ruang VI Presentasi Paper Topik Bidang Akuntansi 13 Peserta (Lihat Lampiran)	Gala Dinner - Jamuan Makan Malam di Rumah Dinas Walikota Solo (Lodji Gandrung)	
	Pukul 19:00 - 21:00			

Pukul 7:30 - 8:30	Registrasi
Pukul 8:30 - 8:45	Coffee Break
Pukul 8:45 - 11:00	<p>"University and Corporate Culture in the Role of Supporting Sustainable Development"</p> <p>Pembicara :                  Drs. Suwono (Direktur Utama PT Pegadaian)                  Drs. Purnomo (Direktur SDM PT Bank BTN)                  Drs. M. Ikhsanuddin, MM (Direktur OJK)                  Lukman Hakim, S.E., M.Si., Ph.D. (FE UNS)</p> <p>*Ruang Pantarajo</p>
Pukul 11:00 - 11:15	Penandatanganan MoU FE UNS dan Alumni
Pukul 11:15 - 11:30	Closing Ceremonies (MC) - Pengumuman Best Paper
Pukul 11:30 - 13:30	Lunch Break - ISHOMA



## B. Jadwal Sesi Paralel Lampiran Daftar Peserta Conference

### Bidang Ekonomi Pembangunan – Ruang I

NO	JUDUL	PENULIS	INSTANSI	MODERATOR	SESI
1	MEMBENTANG JALAN MENUJU PASAR LISTRIK INDONESIA YANG LEBIH EFISIEN: PERSPEKTIF KEBIJAKAN FISKAL	DHANI SETYAWAN	Kementerian Keuangan Republik Indonesia	SITI AISYAH	I
2	PEMBERDAYAAN PEREMPULAN DAN INKLUSI KEUANGAN: SUATU KONSEP BAGI PERTUMBUHAN INKLUSIF	DINA MELLITA	Universitas Bina Darma, Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12, Palembang	SITI AISYAH	I
3	INTEGRASI PERDANGAN DUNIA ASEAN-INDIA DAN ASEAN-KOREA FREE TRADE AGREEMENT: PENDEKATAN MODEL GLOBAL MODEL GLOBAL TRADE ANALYSIS PROJECT (GTAP VERSI 8)	ANA SHOhibul Mansyur Al Ahmad	Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret	SITI AISYAH	I
4	PENGUJANGAN KETIMPANGAN SPASIAL DAN KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TIMUR	NURUL ISTIFADAH	Faculty of Economics and Business Airlangga University	SITI AISYAH	I
5	PENYELARASAN PROGRAM MP3EI DAN POTENSI SEKTOR UNGGULAN DAERAH SEBAGAI PENDORONG PEREKONOMIAN JAWA TIMUR	HENNY KUNIAWATY	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga	SITI AISYAH	I
6	STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS GULA KELAPA DI BANYUMAS	SULIYANTO	Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Lenderal Soedirman	SITI AISYAH	I
Coffee Break					
7	MEMBANGUN INDUSTRI KERAJINAN UMUM MELALUI PENGEMBANGAN POTENSI PADA INDUSTRI KREATIF UKIRAN KAYU KHAS PALEMBANG	GAGAN GANJAR RESMI	Universitas Binadarma Palembang	NURUL ISTIFADAH	II
8	PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BELANJA DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER EXPERIENCE DI SENTRA INDUSTRI SEPATU (SIS) CIBADUYUT	DAMAYANTI OCTAVIA	Prodi MBTI, SMTM, Institut Manajemen Telkom, Bandung	NURUL ISTIFADAH	II
9	TATA KELOLA EKONOMI DAERAH DAN KINERJA DUNIA USAHA DALAM PERSPEKTIF TEORI EKONOMI KELEMBAGAAN STUDI EMPIRIK DI PROVINSI MALUKU UTARA	ARIF RAHMAN HAKIM	Magister Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gadjahmada, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret	NURUL ISTIFADAH	II
10	PENGEMBANGAN USAHA KECIL JENANG KUDUS DALAM MEMBERDAYAKAN WANITA DESA KALIPUTU KECAMATAN KOTA KABUPATEN KUDUS (STUDI	SUKIRMAN	Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus	NURUL ISTIFADAH	II

KASUS PADA INDUSTRI JENANG DI DESA KALIPUTU KEC. KOTA, KAB. KUDUS)		KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA		NURUL ISTIFADAH	
11	ANALISIS NATIONAL INTEREST DALAM PEMBIAYAAN PERUBAHAN IKLIM DI INDONESIA	NOOR SYAIFUDIN			II
Pendamping Ruang: Siti Atsyah, Fadhila Maulida Sesi I : Pukul 13:00 - 15:00 Sesi II : Pukul 15:15 - 17:15					
Bidang Ekonomi Pembangunan - Ruang II					
NO	UJUDUL	PENULIS	INSTANSI	MODERATOR	SESI
1	PROFIL BADAN USAHA MILIK NEGARA INDUSTRI STRATEGIS DI INDONESIA	SUPARDI	Universitas Widyatama Bandung	JOKO TRI HARYANTO	I
2	PENGARUH INVESTASI PEMERINTAH, INVESTASI SWASTA DAN PENGELUARAN PEMERINTAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI JAWA TENGAH	SRI ISNOWATI	Universitas Stikubank Semarang	JOKO TRI HARYANTO	I
3	MENGEMBANGKAN MODEL KAWASAN STRATEGIS SENTRA PRODUKSI DI DIY	LILIES SETIARTITI	Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	JOKO TRI HARYANTO	I
4	ANALISIS PERANAN PAJAK DAERAH TERHADAP KEMANDIRIAN FISKAL DI PROVINSI JAWA TENGAH (STUDI KASUS KABUPATEN DAN KOTA)	BAYU DWILAKSONO, HERMAN	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Trisakti, Jakarta, Universitas Mercu Buana, Jakarta	JOKO TRI HARYANTO	I
5	ANALISIS VARIABEL-VARIABEL SEKTOR RIEL DAN SEKTOR MONETER YANG MEMBENTUK KESEIMBANGAN UMUM (PENDEKATAN MODEL IS-LM)	SA'ADAH	Universitas Widyatama Bandung	JOKO TRI HARYANTO	I
6	PENGARUH PENDAPATAN NASIONAL, HARGA RELATIF DAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP IMPOR BARANG KONSUMSI DI INDONESIA	ADRIAN SUTAWIJAYA, ZULFAHMI	Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka	JOKO TRI HARYANTO	I
7	Coffee Break				
8	ASSESSING THE IMPACT OF BUSINESS ENVIRONMENT FACTORS ON COMPETITIVE PRIORITIES: INSIGHT FROM MANUFACTURING COMPANIES IN INDONESIA	LINA ANATAN	Faculty of Economics, Maranatha Christian University Bandung	MULYANTO	II
9	ASSESSING POTENTIAL AND IMPACT ON BILATERAL TRADE EXPANSION BETWEEN INDONESIA AND ARGENTINA	SULITHON SJAHRIL SABARUDDIN	Ministry of Foreign Affairs for the Republic of Indonesia	MULYANTO	II
10	FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERHASILAN PROSES PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KELOMPOK MASYARAKAT MISKIN	IZZA MAFRUHAH, EVI GRAVITIANI, DAN TUHANA	Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret	MULYANTO	II
	STUDI DAMPAK KEBERADAAN DANAU OGAN PERMATA INDAH (OPI) DALAM KONTEKS BISNIS DAN PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT SEKITAR	TRISNINAWATI	Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma	MULYANTO	II

NO	JUDUL	PENULIS	INSTANSI	MODERATOR	SESI
11	DETEKSI DINI PERILAKU KRISIS LISTRIK DI INDONESIA SEBUAH UPAYA MENCIPTAKAN EKONOMI BERKELANJUTAN	JOKO TRI HARYANTO, WAHYU PURWANTA	Badan Kebijakan Fiskal, Kemenkeu BPPF, Kementerian Riset dan Teknologi	MULYANTO	II
Pendamping Ruang: Mulyanto, Hermi Sartika Sesi I : Pukul 13:00 - 15:00 Sesi II: Pukul 15:15 - 17:15 BidangManajemen - Ruang III					
1	PENGARUH BRAND PERSONALITY PADA BRAND TRUST, BRAND ATTACHMENT, BRAND COMMITMENT, DAN BRAND LOYALTY	YANA ANGGI SABRINA, SITI KHOIRIYAH	FakultaskonomiUniversitassabela smaret	PRIBANUS WANTARA	I
2	SERVOQUAL DAN MODEL KESENJANGAN KUALITAS LAYANAN PADA PERJUSTAKAAN DI UNIVERSITAS TRUNOJO/O MADURA	PRIBANUS WANTARA	Universitas Trunojoyo Madura	PRIBANUS WANTARA	I
3	DAMPAK OVEREXPOSURE ENDORSER DAN TINGKAT KETERLIBATAN PRODUK TERHADAP KREDIBILITAS ENDORSER DAN NIAT BELI KONSUMEN	RIDWAN SISWANTO THAIB	Universitassairangga	PRIBANUS WANTARA	I
4	ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUJASAN PENGUNJUNG TEMPAT WISATA DI KABUPATEN JEMBER	NURUL QOMARIYAH	Universitas Muhammadiyah Jember	TASWAN	I
5	PERSEPSI DAN FAKTOR PSIKOLOGIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HUTANG PEDAGANG PASAR WERGU KUDUS	FELIX PRAMONO UTOMO, MARIA RIO RITA	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana	TASWAN	I
6	PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN MANUFaktur YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	AYU STEFANI, YETERINA NUGRAHANTI, ARI BUDI KRISTANTO	Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana	TASWAN	I
7	PERENCANAAN BISNIS JASA MULTIMEDIA MANAJEMEN	YENNY MAYA DORA	Universitas Widyatama	ANNA PARTINA	I
Coffee Break					
8	MANAJEMEN STRES GURU MATA PELAJARAN EKONOMI DAN GURU BIMBINGAN KONSELING DI SMA NEGERI 8 PUWOREJO	SUHAS CARYONO, WITARTO	SMA Negeri 8 Purworejo	ANNA PARTINA	II
9	MENDULANG EMAS LEWAT KREATIVITAS TINGGI BERPENGARUH TERHADAP INOVASI PRODUK YANG MEMBANGGAKAN (KALIAN ILMIAH TERHADAP BATIK FRACTAL DI BANDUNG FE INSTITUTE JAWA BARAT)	R. ADJENG MARIANA FEBRIANTI	Universitas Widyatama Bandung, Indonesia	ANNA PARTINA	II
10	PENINGKATAN KUALITAS PRODUKSI DAN PEKASARAN INDUSTRI HANDYCRAFT BATIK KAYU DI KARANGANYAR MELALUI PENGEMBANGAN DESAIN, INTRODUKSI ALAT, DAN PEMBUATAN WEBSITE	RAHMAWATI, SEVENTI P, SARAH RUM HANDAYANI	Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta	SITI KHOIRIYAH	II
11	PENGARUH MANAJEMEN KUALITAS DAN PRAKTIK MANAJEMEN ISLAM TERHADAP KEPUJASAN KERJA KARYAWAN BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH DI JAWA TENGAH	WIWIEK RABIATUL ADAWIYAH	Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman	SITI KHOIRIYAH	II



**PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BELANJA  
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER EXPERIENCE*  
DI SENTRA INDUSTRI SEPATU (SIS) CIBADUYUT**

**Damayanti Octavia**  
[damavia@yahoo.co.id](mailto:damavia@yahoo.co.id)  
Prodi MBTI, SMTM, Institut Manajemen Telkom

**Abstrak**

Bandung dikenal sebagai kota kreatif yang menjadi pusat kunjungan bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu destinasi wisata di kota Bandung adalah Sentra Industri Sepatu (SIS) Cibaduyut. SIS Cibaduyut merupakan destinasi yang memiliki potensi wisata yang cukup kuat, hanya beberapa kondisi saat ini yang memprihatinkan membuat siklus hidup destinasi wisata SIS Cibaduyut berada dalam tahap *consolidation* menuju *decline*. Perlu upaya perbaikan agar citra SIS Cibaduyut kembali bersinar dimata pengunjung.

Upaya yang dilakukan dengan pengembangan destinasi wisata menggunakan alat analisa elemen *Tourism Opportunity Spectrum* (TOS), *Touchpoints*, dan *Customer Experience*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif verifikatif, dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan observasi.

Berdasarkan hasil analisa TOS maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada lima faktor yang menjadi *touchpoints* pengunjung SIS Cibaduyut, yaitu : Infrastruktur, Manajemen Retail, Sistem Informasi, Pemasaran, dan Sanitasi. Kelima faktor ini merupakan penentu *customer experience*, jika kelima faktor baik maka *customer experience* baik dan berdampak pada kepuasan pengunjung.

**Kata Kunci :** *Sentra Industri Sepatu (SIS), Tourism Opportunity Spectrum (TOS), Touchpoints, Customer Experience, Consolidation, Decline.*

**1. PENDAHULUAN**

Bandung salah satu dari 5 (lima) kota besar di Indonesia, selain Jakarta, Surabaya, Medan, dan Makasar. Bandung memiliki ikon “Kota Kreatif” bahkan, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Provinsi Jawa Barat mengusulkan Bandung sebagai kota kreatif ke United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) tahun 2013 ([www.tempo.co](http://www.tempo.co)). Menurut Kepala Disparbud Puspo Wiryo Buwono, Bandung dinilai memiliki aspek visioner dibidang pariwisata dan kuliner ([www.tempo.co](http://www.tempo.co)).



Bandung dikenal dengan wisata belanja dan wisata kuliner. Wisata kuliner di Bandung sangat beragam dan memiliki kekhasan seperti brownies kukus, pisang bollen, peuyeum atau tape singkong, keripik tempe dan oncom, serta masih banyak yang lainnya. Sedangkan wisata belanja yang paling sering dikunjungi adalah *factory outlet* (FO) yang berada di daerah Dago dan Jalan Riau, Cihampelas, dan Cibaduyut.

Cibaduyut adalah sentra industri sepatu yang ada di Bandung, dan memiliki karakter yang kuat yaitu sepatu yang dibuat secara manual (*hand made*) dengan bahan dasar kulit. Pemerintah Kota Bandung menetapkan Cibaduyut merupakan salah satu kawasan industri potensial, menjadi ikon Kota Bandung yang mendorong meningkatnya kota tujuan wisata ([sentraindustribandung.com](http://sentraindustribandung.com)). Namun kondisi sentra industri sepatu Cibaduyut saat ini memprihatinkan. Seperti yang dikutip dalam [metronews.com](http://metronews.com), Gubernur Jawa Barat, Ahmad Heryawan pada Januari 2013 melakukan kunjungan ke Sentra Industri Sepatu (SIS) Cibaduyut, Gubernur berharap sepatu Cibaduyut bergaung kembali seperti beberapa waktu silam, karena kondisi SIS Cibaduyut saat ini memprihatinkan. Banyak pengrajin tutup usaha karena menurunnya pesanan, pertokoan dan daerah Cibaduyut terkesan kumuh tak terawat, membuat wisatawan enggan datang ke Cibaduyut ([www.metrotvnews.com](http://www.metrotvnews.com)).

Menurut Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian Perdagangan Kota Bandung, Drs. Ema Sumarna, M.Si, dari data tahun 2011 Sentra sepatu Cibaduyut mempunyai jumlah unit usaha sebanyak 577 dengan investasi Rp. 19 milyar, menyerap jumlah tenaga kerja tiga ribu orang, yang menjadi permasalahan harga bahan baku relatif tinggi, produk belum terstandarisasi, daya tarik menjadi buruh dan membuat sepatu menurun karena upah rendah, dan infrastruktur yang belum memadai seperti lahan parkir, drainase dan trotoar ([sentraindustribandung.com](http://sentraindustribandung.com)). Bahan baku yang relatif tinggi dan daya tarik menjadi pengrajin sepatu menurun, mengubah proses produksi sepatu menjadi : bahan kulit diganti menjadi sintetis dan *handmade* diganti dengan mesin yang canggih, jika tidak ditangani maka keunikan atau kekhasan sepatu Cibaduyut (berbahan dasar kulit dan *handmade*) akan memudar.

Menurut Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat, Ferry Sofwan Arif mengakui, bahwa produk sepatu Cibaduyut, Bandung masih berorientasi domestik ([ekbis.sindonews.com](http://ekbis.sindonews.com)). Menurut Ketua Asosiasi Persatuan

Sepatu Indonesia (Aprisindo) Bidang UMKM, Betty Brusel mengatakan salah satu kendala pengembangan sepatu Cibaduyut adalah pemasaran (ekbis.sindonews.com).

Berdasarkan beberapa informasi tersebut maka dapat ditarik fenomena yang berkaitan dengan Sentra Industri Sepatu Cibaduyut, diantaranya yaitu :

- a. Turunnya pesanan, sehingga banyak pengrajin yang tutup usaha
- b. Kondisi pertokoan yang kurang tertata baik (manajemen retail)
- c. Kualitas produk belum terstandarisasi, masih berorientasi domestik
- d. Infrastruktur belum memadai (lahan parkir, drainase, trotoar, sampah, kemacetan lalu lintas)
- e. Lemahnya pemasaran yang dilakukan oleh pengrajin maupun pedagang sepatu
- f. Harga bahan baku relatif tinggi
- g. Daya tarik menjadi pengrajin sepatu menurun

Kelima fenomena berasal dari beberapa media tahun 2011-2013. Permasalahan yang berulang dari tahun 2011 hingga 2013 adalah masalah standar kualitas, pemasaran, dan infrastruktur. Jika permasalahan yang sama dan berulang tidak cepat direspon dengan baik oleh pihak terkait maka Sentra Industri Sepatu Cibaduyut akan ditinggalkan pengunjung.

Sentra Industri Sepatu Cibaduyut masuk ke dalam siklus hidup destinasi *consolidation*. Siklus hidup destinasi *consolidation* adalah level kunjungan tetap meningkat namun dengan rata-rata kenaikan yang menurun. Fasilitas yang sudah tua sekarang menjadi ketinggalan zaman dan kurang diminati (Pitana & Diarta : 2009). Jika dibiarkan maka Cibaduyut mengarahkan pada siklus hidup destinasi *decline*. Siklus hidup destinasi *decline* adalah wisatawan tertarik dengan destinasi lain yang baru. Daerah destinasi menjadi terdegradasi kualitasnya, kumuh, dan fasilitasnya tidak berfungsi sebagaimana mestinya sebagai penunjang aktivitas pariwisata (Pitana & Diarta : 2009). Disisi lain Cibaduyut merupakan salah satu kawasan potensial kota tujuan wisata. Oleh karena itu analisa teknik pengembangan destinasi pariwisata di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut sangat diperlukan dalam siklus hidup destinasi yang berada dalam tahap *consolidation*, agar menumbuhkan pengalaman yang baik bagi pengunjung (*Customer experience*) sehingga pengunjung merasa ingin kembali lagi untuk berkunjung ke Sentra Industri Sepatu Cibaduyut (*repeat visit*).

## 2. RUMUSAN MASALAH

- a. Bagaimana manajemen wisata belanja di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut?
- b. Bagaimana dampak manajemen wisata belanja terhadap pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung setelah berkunjung (*Customer Experience*) ke Sentra Industri Sepatu Cibaduyut?

## 3. KERANGKA TEORI

### A. WISATA, PARIWISATA, DAN INDUSTRI PARIWISATA

Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan (dalam Ismayanti : 2010) dijelaskan bahwa :

- a. Wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
- b. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
- c. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

### B. PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA

Ada beberapa teknik pengembangan destinasi pariwisata salah satunya adalah *Tourism Opportunity Spectrum* (TOS). Butler dan Waldbrook (dalam Pitana & Diarta : 2009) memperkenalkan teknik perencanaan ekowisata yang dikenal dengan *Tourism Opportunity Spectrum* (TOS).

Elemen-elemen dalam konsep *Tourism Opportunity Spectrum* (TOS) adalah sebagai berikut (Pitana & Diarta : 2009) :

#### 1. Aksesibilitas

Dalam pengembangan pariwisata sebagai sebuah sistem, faktor aksesibilitas, baik berupa perencanaan perjalanan, penyedia informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi, ataupun kemudahan

lain untuk mencapai destinasi menjadi penentu berhasilnya peluang [embangan destinasi.

2. Kompatibilitas dengan kegiatan lain

Sifat interdependensi, baik sumber daya maupun dampak suatu kegiatan di suatu kawasan terhadap kawasan lain, menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata. Sampai level mana sebuah pengembangan kawasan dapat mempengaruhi kawasan lain dan kondisi yang bagaimana yang paling optimal dan baik untuk menunjang kawasan pengembangan.

3. Karakteristik sarana pariwisata

*On-site management*, penataan sarana wisata, termasuk di dalamnya pengadaan fasilitas baru, penanaman atau introduksi vegetasi, akomodasi, tempat perbelanjaan, fasilitas hiburan, serta penataan akses lalu lintas ke kawasan, sangat menentukan keberhasilan pengembangan destinasi pariwisata.

4. Interaksi sosial

Dalam sistem pariwisata, ada dua kondisi interaksi manusia yang harus dipertimbangkan. Pertama, interaksi manusia dengan lingkungan/ekosistem yang mempengaruhi ekosistem alam. Kedua, interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal yang dapat mempengaruhi ekosistem sosial.

5. Tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan wisatawan

Tingkat penerimaan atau akseptabilitas komunitas lokal terhadap datangnya wisatawan di kawasan tersebut akan menimbulkan reaksi dalam derajat tertentu. Tingkat dan sifat reaksi (damai/konflik) sangat ditentukan oleh derajat akibat yang akan ditimbulkan dan kemampuan pengendalian (kontrol) oleh komunitas lokal.

6. Derajat manajemen kontrol

Derajat manajemen kontrol mencerminkan kelenturan pengelolaan destinasi wisata. Kecenderungan wisata ke depan adalah penonjolan pengalimaan pribadi (*personal experience*) yang memerlukan kecermatan pengelolaan destinasi wisata agar mampu memuaskan sifat petualangan dari wisatawan.



Konsekuensinya, pengelolaan destinasi pariwisata memerlukan paket wisata yang *individualized* dan *personal*.

### **C. TOUCH POINTS**

Menurut Baran, Galka, & Strunk (2008), *a touch points is any point that a customer or prospect has with company. It can be an inquiry over the phone, in person, or via e-mail, or purchase transaction over the internet, over the telephone, at an ATM or Kiosk, or at a trade-show.*

*Touch point* jika dikaitkan dengan industri pariwisata adalah titik atau point dimana pengunjung dapat melihat, berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun suatu *relationship* dengan destinasi wisata melalui layanan yang diberikan dari destinasi wisata. Jika *touchpoints* yang ditawarkan destinasi wisata baik maka akan berdampak pada *firsi impression/moment of truth* yang baik sehingga dapat menimbulkan pengalaman yang baik bagi pengunjung.

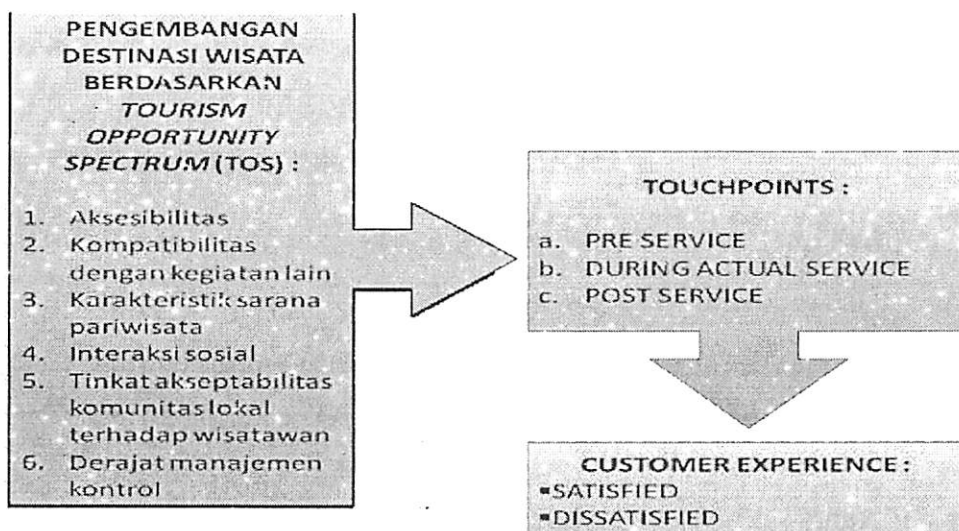
Menurut Stickdorn (dalam Stickdorn & Zehrer : 2009), *a perspective analysis needs to include not only touch point during the actual service period, but also within the pre- and post-service periode. Touchpoints* tidak hanya pada saat layanan itu berlangsung tetapi juga sebelum layanan wisata diberikan, pada saat layanan wisata diberikan, dan setelah layanan wisata itu diberikan.

### **D. CUSTOMER EXPERIENCE**

Menurut Johnston & Kong (2011), *the customer's experience is their personal interpretation of the service process and their interaction and involvement with it during their journey or flow through a series of touch points, and how those things make the customers feel.*

## E. KERANGKA PIKIR

Gambar 1. Kerangka Pikir



## 4. METODE

Metode yang digunakan dalam makalah ini adalah metodologi kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Iskandar : 2009) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Desain penelitian menggunakan desain kualitatif verifikatif. Menurut Bungin (2007) format desain kualitatif verifikatif merupakan sebuah upaya pendekatan induktif terhadap seluruh proses penelitian yang akan dilakukan. Format ini lebih banyak mengkonstruksi format penelitian dan strategi memperoleh data di lapangan, sehingga format penelitiannya menganut model induktif.

Metode pengumpulan data dengan cara : wawancara dan observasi. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungi : 2007). Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan

untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungi : 2009).

## 5. ANALISIS DAN DISKUSI

Analisa pengembangan destinasi wisata Sentra Industri Sepatu (SIS) Cibaduyut dilakukan berdasarkan *Tourism Opportunity Spectrum (TOS)*.

### a. Aksesibilitas

Akses masuk ke kawasan SIS Cibaduyut cenderung mudah karena setiap akhir pekan, liburan, atau *long week end*, SIS dipadati pengunjung dengan menggunakan transportasi bis dan mobil pribadi. Pengunjung banyak berasal dari Jabodetabek, Jawa, dan Sumatera, karena mungkin jarak tempuh menuju kawasan Cibaduyut lebih mudah di akses melalui jalur darat dan laut.

Rute untuk menuju kawasan Cibaduyut cenderung mudah. Jika jalur darat menggunakan bis yang berasal dari Jabodetabek dan Sumatera dapat menggunakan tol Cipularang keluar dari G.T. Pasir koja atau Moh. Toha. Sedangkan yang berasal dari daerah Jawa dapat menggunakan tol Padaleunyi keluar G.T. Moh. Toha.

Sarana transportasi ke kawasan Cibaduyut dikatakan mudah, karena banyak travel agent yang sudah mengetahui dan menyediakan transportasi menuju Cibaduyut. Tidak hanya travel agent, tapi angkutan umum yang menuju ke Cibaduyut sangat mudah. Cibaduyut terletak dekat dengan terminal dan gerbang tol sehingga dapat dijangkau baik bagi pengunjung yang menggunakan travel agent, dengan kendaraan pribadi, maupun menggunakan angkutan umum.

Manajemen informasi mengenai SIS Cibaduyut memang sudah ada, tetapi informasinya masih sangat terbatas dan cenderung tidak mengandung informasi kekinian (*up to date*).

### b. Kompatibilitas dengan kegiatan lain

Kegiatan di SIS Cibaduyut saling bergantung pada kegiatan lain. Semakin banyak pengunjung, kebutuhan sarana dan prasarana meningkat pula. Sarana dan prasarana meningkat maka meningkat pula kebutuhan akan sanitasi dan kebersihan. Jumlah pengunjung yang datang pada saat akhir pekan dan liburan

dapat mempengaruhi aktivitas warga sekitar Cibaduyut karena bis-bis atau kendaraan yang masuk menyebabkan kemacetan.

Kompatibilitas dengan kegiatan pemasaran untuk menumbuhkembangkan SIS Cibaduyut yang berupa promosi dan citra merek sepatu Cibaduyut masih kurang gencar dilakukan.

Tetapi kompatibilitas tidak hanya berdampak negatif, SIS Cibaduyut ini mampu menyerap sekitar tiga ribu tenaga kerja berdasarkan data tahun 2011. Menumbuhkan perekonomian bagi warga sekitar.

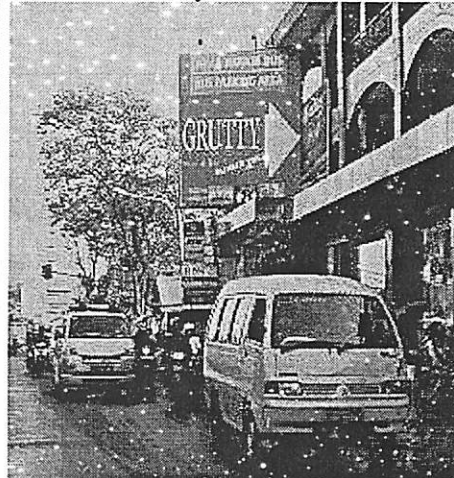
c. Karakteristik sarana pariwisata

Penataan sarana pariwisata di SIS Cibaduyut masih kurang memenuhi kebutuhan pengunjung. Dapat dilihat dari sarana parkir dengan kapasitas besar hanya ada di empat tempat yaitu Toko Diana, Toko Oval, Toko Formil, dan Toko Grutty. Dapat dilihat dalam gambar 2 dan 3.

**Gambar 2. Tempat Parkir di Toko Oval**



**Gambar 3. Tempat Parkir di Toko Grutty**



Sarana parkir untuk hari kerja seperti senin sampai dengan Kamis kapasitasnya mencukupi. Tetapi jika waktu liburan atau akhir pekan tiba, kapasitas lahan parkir menjadi sangat kurang karena memang SIS Cibaduyut tidak setiap hari ramai dikunjungi oleh pengunjung.

Selain sarana parkir lebar jalan dan infrastruktur kurang memadai. Terlihat jika musim penghujan tiba maka jalan kawasan SIS Cibaduyut tergenang air yang dapat mengakibatkan kemacetan. Kemacetan yang timbul tidak hanya karena



adanya genangan air tetapi kapasitas jalan dengan jumlah kendaraan yang masuk ke kawasan Cibaduyut tidak seimbang.

Genangan air di jalan Cibaduyut Raya disebabkan karena sistem drainase dan pengelolaan sampah yang kurang baik. Sampah menumpuk di tepi jalan kawasan Cibaduyut mengurangi keindahan Cibaduyut sebagai kota tujuan wisata. Dapat dilihat pada gambar 4.

**Gambar 4. Pengelolaan Sampah kurang baik**

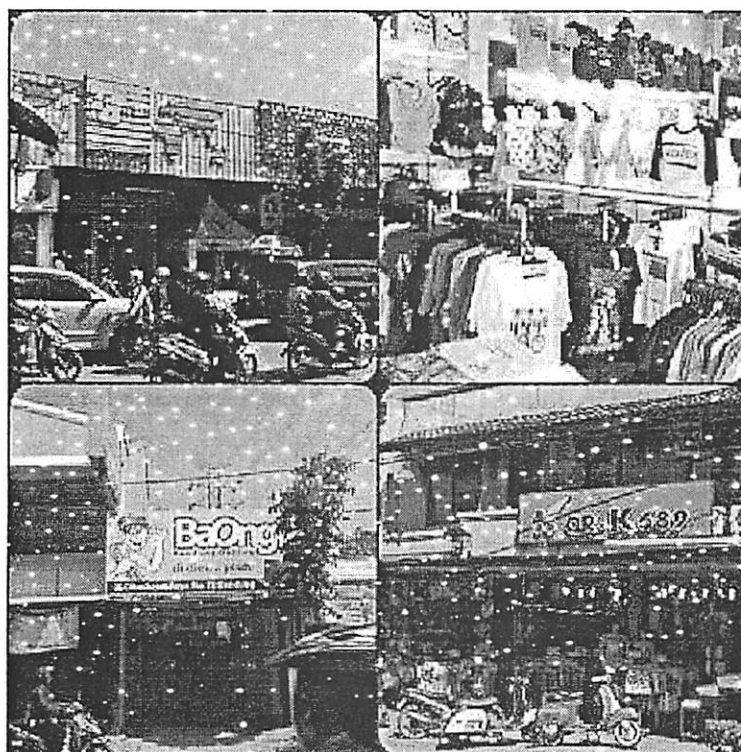


Penataan pertokoan pun masih kurang indah, terlihat seperti pada gambar 4, toko-toko di sepanjang kawasan SIS Cibaduyut *display*, tata letak, tata cahaya dan manajemen retailnya masih kurang menarik untuk dikunjungi, ditambah sampah yang menumpuk di tepi jalan Cibaduyut Raya.

Ciri khas SIS Cibaduyut dikenal sebagai penghasil sepatu buatan tangan (*handmade*) dan berbahan dasar kulit asli, Karakter ini sebagai differensiasi dari SIS Cibaduyut, menjadikan Cibaduyut dikenal sebagai penghasil sepatu dengan *handmade* dan kualitas yang baik dimasanya. Ciri khas ini sebagai daya tarik bagi pengunjung. Namun karakter ini perlahan memudar karena harga bahan baku yang terus merangkak naik dan biaya upah yang terus meningkat, sehingga terjadi perubahan paradigma *positioning* SIS Cibaduyut yaitu menjadi kualitas

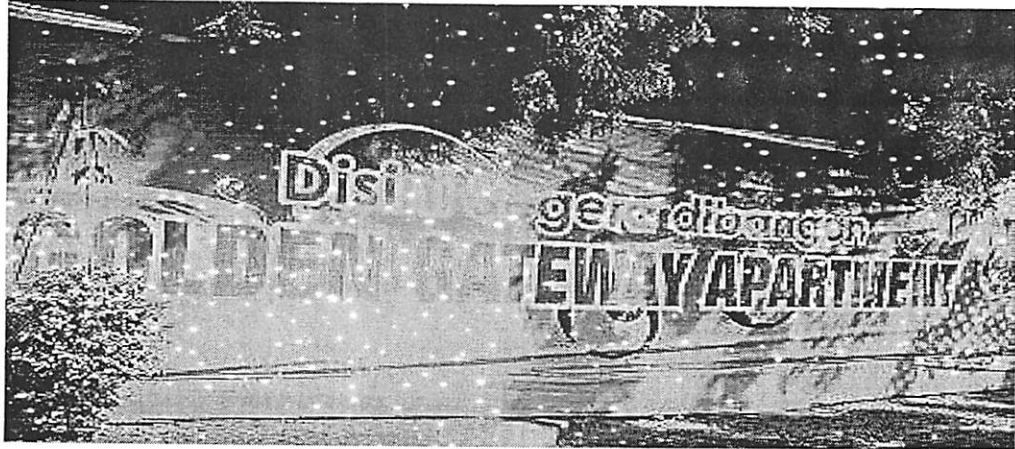
sepatu Cibaduyut kurang dapat bersaing dan masih berorientasi domestik (ekbis.sindonews.com). Ciri khas ini perlahan mulai memudar seiring dengan daya tarik persepatuan menurun, terlihat di sepanjang jalan Cibaduyut, Toko Sepatu mulai tergeser dengan Toko Pakaian yang berupa butik dan Distro. Dapat dilihat pada gambar 5.

**Gambar 5. Butik dan Distro**

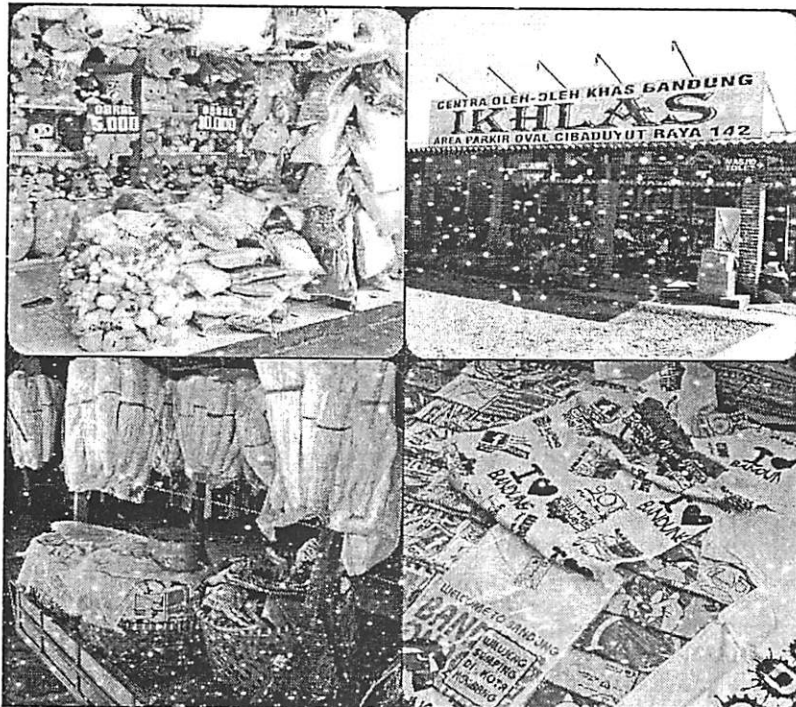


Fasilitas pendukung lain di kawasan SIS Cibaduyut ini tergolong lengkap, ada pusat oleh-oleh, ATM, tempat beribadah (masjid), klinik kesehatan, akomodasi berupa penginapan memang belum ada karena SIS Cibaduyut hanya sebagai kunjungan yang bersifat transit dari tujuan wisata lain, baik tujuan wisata dari arah utara seperti Tangkuban Perahu, Sariater dan dari arah selatan seperti Pangalengan, Ciwidey. Namun akan dibangun apartemen di Kawasan Cibaduyut mungkin sebagai upaya agar pengunjung lebih lama tinggal di Cibaduyut dan tidak hanya sebagai tujuan wisata transit. Dapat dilihat dari gambar 6 dan 7.

Gambar 6. Apartemen yang akan dibangun



Gambar 7. Toko Oleh-oleh



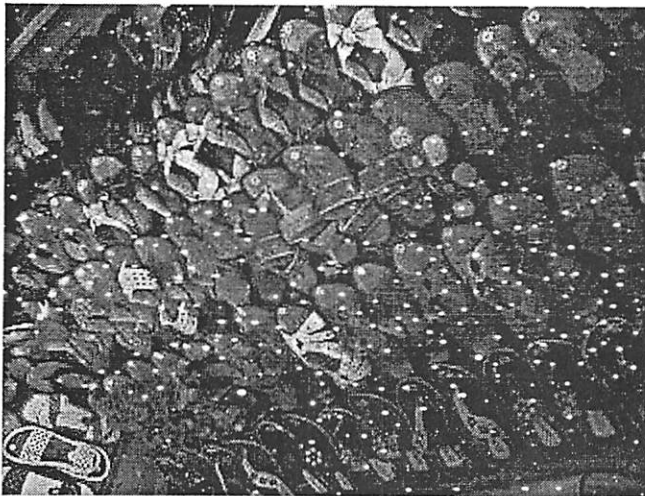
d. Interaksi sosial

Interaksi manusia dengan lingkungan/ekosistem di kawasan SIS Cibaduyut masih kurang kesadaran terhadap lingkungan, baik pedagang, pengrajin maupun pengunjung. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, setelah

puncak kunjungan seperti akhir pekan atau hari libur, tampak dengan jelas sampah berserakan baik di tepi jalan maupun di halaman toko.

Namun pengrajin sepatu mulai mempergunakan sisa-sisa bahan dipakai untuk membuat produk alas kaki yang memerlukan bahan kulit sedikit, misalnya sandal, sisa bahan ini dapat bernilai ekonomis setelah di recycle menjadi sandal. Sandal yang dibuat dari sisa hasil produk dijual dengan harga mulai dari Rp15.000,- sampai dengan Rp25.000,- Contoh produk sisa hasil produksi dapat dilihat pada gambar 8.

**Gambar 8. Produk sisa hasil produksi**



Interaksi wisatawan dengan komunitas lokal sepertinya masih berdasarkan pada *transactional based*. *Transactional based* adalah interaksi yang dilakukan antara pengunjung dan pelaku (pengrajin dan pedagang) hanya sebatas ketika terjadi transaksi. Interaksi yang baik adalah menciptakan interaksi yang berkelanjutan di masa yang akan datang, sehingga dapat mengikat pengunjung untuk kembali ke SIS Cibaduyut. Interaksi berkelanjutan dapat dilakukan dengan manajemen *Customer Relationship Management (CRM)*.

e. Tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap wisatawan

Tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap wisatawan, baik dan stabil. Tidak ada penolakan, hanya komunitas lokal mengkritisi sikap pihak terkait



untuk segera bertindak dengan langkah-langkah yang solutif terhadap sampah, kemacetan, dan banjir di kawasan Cibaduyut Raya.

f. Derajat manajemen kontrol

Derajat manajemen kontrol adalah pengelolaan pariwisata yang dapat menimbulkan pengalaman pribadi (*personal experience*). *Personal experience* berdampak pada *customer experience*. Pengelolaan destinasi wisata di SIS Cibaduyut baru sebagian kecil yang memberikan layanan secara *custom* atau personal. Sebagian besar pengunjung tidak mengetahui bahwa ada beberapa pengrajin menerima *order* sesuai dengan pesanan.

Pengunjung hanya ditawarkan secara massal transaksi jual beli produk sepatu. Belum ada atraksi yang diberikan oleh pelaku (pengrajin & pedagang) yang dapat menarik perhatian pengunjung. Misalnya SIS Cibaduyut membuka workshop untuk pengunjung agar bisa melihat secara langsung proses pembuatan sepatu atau produk alas kaki lainnya.

Atraksi-atraksi yang ditawarkan agar menarik perhatian pengunjung dapat memberikan kesan dan pengalaman yang positif bagi para pengunjung dan berdampak pada kepuasan pengunjung.

Analisa keterkaitan elemen-elemen TOS dan Touchpoints, dapat dilihat dalam tabel I sebagai berikut :

**Tabel 1. Elemen TOS dan Touch Points**

No.	Tourism Opportunity Spectrum	Analisa TOS	Touch Points	Nilai Touchpoints
1	<u>Aksesibilitas</u> : - Akses - Rute - Sarana Transportasi - Manajemen Informasi	- Mudah - Mudah - Lengkap - Informasi tidak <i>up to date</i> dan terbatas	- Pre - Pre - Pre - Pre	- Tinggi - Tinggi - Tinggi - Rendah
2	Kompatibilitas dengan kegiatan lain : - Lalulintas - Sanitasi - Ekonomi - Kegiatan Pemasaran	- Kemacetan - Banjir dan sampah - Berkembang - Promosi & <i>Branding</i> masih kurang	- During - During - Post - Pre	- Rendah - Rendah - Tinggi - Rendah
3	Karakteristik Sarana Pariwisata : - Sarana parkir - Drainase - Jalan - Manajemen retail - Fasilitas pendukung - Ciri khas	- Masih kurang - Belum baik - Kapasitas kurang - Kumuh - Lengkap - Mulai memudar	- During - During - During - During - During - During	- Rendah - Rendah - Rendah - Rendah - Tinggi - Rendah
4	Interaksi Sosial : - Manusia dan lingkungan - Wisatawan dengan komunitas lokal	- Kurang sadar lingkungan - <i>Product Recycle</i> - Interaksi <i>transactional based</i>	- During - During - During	- Rendah - Tinggi - Rendah
5	Akseptabilitas : - Tingkat penerimaan komunitas lokal terhadap wisatawan	- Baik dan stabil	- During	- Tinggi
6	Derajat manajemen kontrol : - Menciptakan <i>personal experience</i> - <i>Custom service</i>	- Masih kurang - Masih Kurang	- Post - During	- Rendah - Rendah

Berdasarkan Tabel 1 dapat dianalisa bahwa semua elemen-elemen TOS (*Tourism Opportunity Spectrum*) merupakan elemen *touch points*, dimana pengunjung dapat berinteraksi, melihat, dan merasakan pengalaman baik atau buruk terhadap satu tujuan destinasi wisata.

Menurut Stickdorn (dalam Stickdorn & Zehrer : 2009) *touchpoints* tidak hanya ada pada saat layanan itu diberikan tetapi juga, *touchpoints* ada sebelum dan sesudah layanan diberikan.

Aksesibilitas, Kompatibilitas, karakteristik sarana pariwisata, interaksi sosial, akseptabilitas, dan derajat manajemen kontrol, keenam elemen ini merupakan bagian dari *touchpoints*. Berikut adalah analisa touchpoints dari SIS Cibaduyut :

**Tabel 2. Analisa Touchpoints**

No.	Tahapan Touchpoints	Touchpoints	Analisa Touchpoint
1	Pre-Service Periode	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Akses</li> <li>- Rute</li> <li>- Manajemen Informasi</li> <li>- Pemasaran</li> </ul>	Akses dan rute menuju SIS Cibaduyut sudah baik, hanya Promosi mengenai SIS Cibaduyut masih kurang gencar, salah satu faktor penyebabnya adalah manajemen informasi masih sangat terbatas. Para pengunjung sebagian besar mengetahui SIS Cibaduyut melalui <i>word-of-mouth</i> dan <i>travel agent</i> . Sedangkan informasi melalui website masih terbatas.
2	During-Service Periode	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infrastruktur</li> <li>- Manajemen Retail</li> <li>- Fasilitas Pendukung</li> <li>- Sanitasi</li> <li>- Ciri khas</li> <li>- Interaksi terhadap Wisatawan</li> <li>- Interaksi terhadap Lingkungan</li> <li>- Layanan secara personal</li> </ul>	Pada saat pengunjung berada di kawasan SIS Cibaduyut sebagian besar masih kurang terkelola dengan baik, tetapi di kawasan SIS Cibaduyut, pengunjung diberikan fasilitas pendukung yang relatif lengkap. Hanya untuk akomodasi penginapan memang tidak ada karena pengunjung yang berkunjung ke kawasan SIS Cibaduyut bersifat transit.
3	Post-Service Periode	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengalaman personal</li> </ul>	Dengan kemudahan akses dan rute serta fasilitas pendukung yang lengkap, pengunjung akan

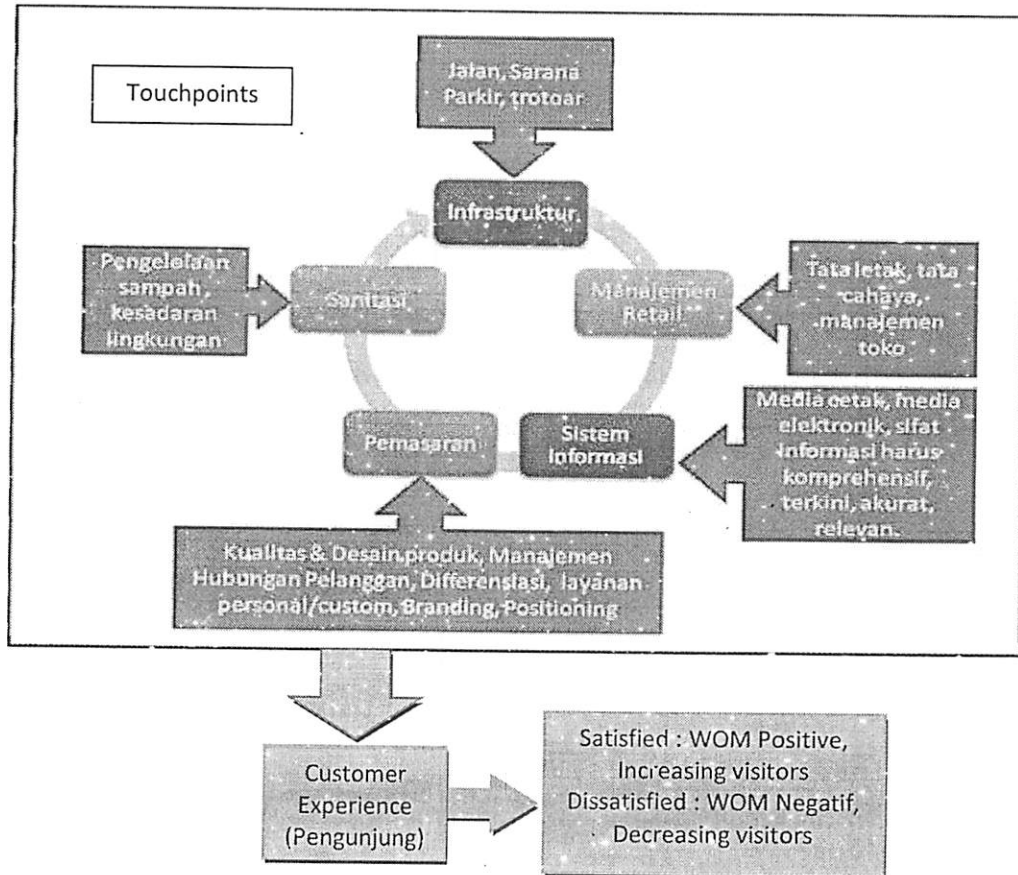
No.	Tahapan Touchpoints	Touchpoints	Analisa Touchpoint
			berkunjung ke kawasan SIS Cibaduyut. Tetapi apakah pengunjung akan berkunjung kembali ke SIS Cibaduyut?

Berdasarkan tabel 2, *touchpoints* SIS Cibaduyut masih banyak memerlukan perbaikan. Pengunjung hanya bersifat transit, berada di kawasan SIS Cibaduyut dalam waktu yang relatif pendek. Berbeda dengan wisata belanja di kawasan Dago, Riau, dan Cihampelas yang sama-sama merupakan wilayah di Kota Bandung, Pengunjung tidak bersifat transit, mereka lebih memilih untuk tinggal satu atau dua hari di kawasan tersebut. Terlihat dengan berdirinya hotel-hotel, penginapan dari mulai kelas melati sampai kelas bintang.

Sifat pengunjung transit cenderung akan kurang mengeksplor wilayah yang dikunjungi sehingga berdampak pada pengalaman berpetualang yang dirasakan pengunjung, jumlah transaksi pun lebih sedikit daripada pengunjung yang bukan sekedar transit. *Customer experience* adalah menciptakan pengalaman bagi konsumen atau pengunjung dalam industri pariwisata. Pengalaman yang dirasakan baik bagi pengunjung memang tidak ditentukan dari waktu, akan tetapi dari *touchpoints*. *Touchpoints* yang dirasakan akan menimbulkan penilaian dari konsumen atau pengunjung, jika penilaiannya baik maka *customer experience* yang dirasakan akan baik sehingga berdampak pada kegiatan pemasaran yang efektif yaitu *words of mouth* dan peningkatan jumlah pengunjung. Dapat dilihat pada gambar 9 beberapa faktor *touchpoints* di kawasan SIS Cibaduyut serta dampak yang ditimbulkannya *customer experience*.



Gambar 9. Touchpoints dan Customer Experience



## 6. KESIMPULAN

Kawasan SIS Cibaduyut saat ini sudah dalam tahap siklus hidup destinasi wisata *consolidation*, dimana pada tahap ini jumlah pengunjung terus meningkat tetapi persentase peningkatan terus menurun, sehingga diperlukan upaya perbaikan untuk mencegah pada tahapan yang lebih rendah yaitu *decline*.

Upaya perbaikan yang perlu diperhatikan adalah mengenai pengembangan destinasi wisata. Ada beberapa metode dalam pengembangan destinasi wisata salah satunya adalah *Tourism Opportunity Spectrum (TOS)*.

Berdasarkan analisa TOS, ada lima faktor yang menjadi bagian dari *touchpoints* wisata belanja SIS Cibaduyut, yaitu :

1. Infrastruktur

2. Manajemen Retail
3. Sistem informasi
4. Pemasaran
5. Sanitasi

Kelima faktor tersebut perlu perbaikan yang bertahap dan jelas menuju sasaran yaitu memperbaiki citra SIS Cibaduyut dimata pengunjung, dengan menciptakan customer experience (pengalaman pengunjung) yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung.

## 7. REFERENSI

- Baran, Roger J., Galka, Robert J., & Strunk, Daniel P., 2008, *Principles of Customer Relationship Management*, USA, Thomson South-Western.
- Bungi, Muhammad Burhan., 2010, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Ismayanti., 2010, *Pengantar Pariwisata*, Jakarta, Kompas Gramedia
- Johnston, Robert & Kong, Xiangyu., *The Customer Experience : The Road Map for Improvement*, UK, The University of Warwick.
- Pitana, I Gede & Diarta, I Ketut Surya., *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta, Andi Offset.
- Stickdorn, Marc & Zehrer, Anita., *Service Design in Tourism : Customer Experience Driven Destination Management*.

<http://ekbis.sindonews.com/read/2013/02/26/34/721764/produk-sepatu-cibaduyut-berpotensi-ekspor>

<http://ekbis.sindonews.com/read/2013/02/26/34/721767/industri-sepatu-cibaduyut-masih-berorientasi-domestik>

<http://www.metrotvnews.com/metronews/read/2013/01/16/6/123187/Aher-Janji-Hidupkan-Lagi-Industri-Sepatu-Cibaduyut>

<http://sentraindustribandung.com/berita/2013-all-out-optimalkan-tujuh-sentra-industri-dan-perdagangan/>

<http://www.tempo.co/read/news/2013/02/06/058459536/Bandung-Diusulkan-Menjadi-Kota-Kreatif-ke-UNESCO>