

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada Bulan Maret 2020, Indonesia terkena dampak pandemi global yang diakibatkan oleh Virus Corona. Virus ini menyebar melalui permukaan udara dan menyerang sistem pernafasan manusia (WHO:2020). Kasus di Indonesia pertama kali ditemukan pada dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang kontak langsung dengan Warga Negara Jepang di Malaysia dan warga negara tersebut sempat melakukan perjalanan ke Indonesia (Indonesia.go.id, 2/3/2020).

Terjadinya pandemi virus COVID-19, memaksa pemerintah mengeluarkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus persebaran rantai virus tersebut. Kebijakan itu diantara lain membatasi kontak fisik dengan orang lain secara langsung. Selain itu juga menghindari kerumunan atau aktivitas dalam jumlah massa yang banyak. Adapun penerapan PSBB pertama kali di Jakarta pada 10 April selama dua minggu. Menurut PP Nomor 21 tahun 2020 PSBB meliputi dihentikannya kegiatan sekolah, mengurangi jumlah karyawan yang masuk di tempat kerja yaitu maksimal 50 persen dalam satu ruangan, pembatasan kegiatan keagamaan, dan pembatasan kegiatan di tempat/ fasilitas umum. Selain itu juga mengeluarkan slogan 3M yang berisi mencuci tangan, memakai masker ketika beraktivitas di luar rumah, dan menghindari kerumunan.

Seiring berjalannya waktu, dampak dari pandemi COVID-19 yang belum membaik dilihat dari 30 April 2020, kenaikan jumlah tingkat kasus positif 10.118 pasien dan kematian akibat pandemi ini 792 jiwa berdampak buruk pada sektor-sektor bisnis di Indonesia (WHO:2020). Salah satu sektor yang terdampak adalah pariwisata. Menurut LPEM FEB UI, adanya pandemi ini mengakibatkan jumlah kedatangan wisatawan asing di bulan Februari umumnya

mengalami penurunan sekitar 200 ribu orang dari akhir tahun sebelumnya. Pada perjalanan wisatawan nusantara juga mengalami penurunan sekitar 29,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah perjalanan mengakibatkan tingkat okupansi hotel menurun tajam dari 63% di Desember 2019 menjadi hanya 46% di Februari 2020. Penurunan tingkat okupansi memaksa industri hotel untuk menutup sebagian hotelnya dan meliburkan karyawannya dan karyawannya hanya mendapatkan setengah dari gaji (unisbank.ac.id, 15/1/2020).

Melihat kondisi persebaran virus yang tidak kunjung selesai, pemerintah Indonesia khususnya pemerintah daerah DKI Jakarta mengeluarkan kebijakan *new normal* atau Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Kebijakan ini dilaksanakan pertama kali pada tanggal 1 Juni 2020. Di era kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru, masyarakat sudah diperbolehkan untuk bekerja dan melakukan kegiatan lainnya dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Menurut Thezresia Irawati, SKM, M.Kes selaku Direktorat Promosi Kesehatan dan Pemberdayaan Masyarakat tujuan diterapkannya Adaptasi Kebiasaan Baru untuk mendukung keberlangsungan usaha dan aktivitas pada situasi pandemi ini (promkes.kemkes.go.id,19/6/2020).

Setelah diterapkannya Adaptasi Kebiasaan Baru, beberapa kawasan destinasi wisata mulai membuka kembali. Pemerintah khususnya Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama mengeluarkan program berupa pemberian sertifikat *Cleanliness, Health, Safety and Environment* (CHSE) secara gratis kepada para pelaku industri pariwisata untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan sehingga wisatawan dapat mengunjungi kembali destinasi-destinasi wisata dengan tetap menerapkan protokol kesehatan.

Salah satu destinasi yang terdampak dengan pandemi ini adalah Pulau Tidung, Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. Pulau Tidung terletak dekat dengan zona merah COVID-19. Dengan adanya kebijakan yang baru, Pulau Tidung dapat dikunjungi kembali. Pembukaan ini disetujui dalam SK Disparekraf DKI Jakarta nomor 131 tahun 2020 tentang protokol pencegahan penularan COVID-19 di sektor usaha pariwisata pada masa transisi menuju masyarakat sehat, aman dan produktif yang keluar pada 5 Juni 2020 kemarin dan ditandatangani oleh Disparekraf DKI Jakarta, Cucu Ahmad Kurnia. Tujuan dibukanya kembali untuk meningkatkan aktivitas pariwisata dan meningkatkan perekonomian. Selain itu juga untuk meningkatkan kunjungan wisatawan yang sempat mengalami penurunan. Pemerintah terkait juga perlu melakukan promosi mengenai kondisi aktual di Pulau Tidung. Kondisi seperti informasi mengenai COVID-19, ataupun promosi mengenai produk wisata yang ditawarkan di Pulau Tidung ([megapolitan.kompas.com](https://megapolitan.kompas.com), 5/1/2021).

Berdasarkan kondisi di lapangan, Pulau Tidung sangat terdampak dengan adanya pandemi ini khususnya dari tingkat kunjungan wisatawan.

Grafik 1 Kunjungan Wisatawan di Pulau Tidung tahun 2020



Sumber: Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kepulauan Seribu

Berdasarkan grafik tersebut, saat adanya pandemi mulai terjadi penurunan kunjungan wisatawan di bulan Januari ke bulan Februari. Saat di Bulan Maret kunjungan menurun drastis diakibatkan penyebaran virus yang sudah mulai tinggi. Akibat tingginya penyebaran, pada Bulan April dan Mei kawasan Pulau Tidung ditutup sehingga kunjungan wisatawan tidak ada. Pelaku wisata yang ada di Pulau Tidung pun tidak dapat menyebrang ke pulau lain akibat dibatasinya kapal. Setelah diterapkannya AKB, jumlah kunjungan mulai bergerak. Pada Bulan Juni kunjungan ke Pulau Tidung sebanyak 587 wisatawan. Kemudian terus meningkat hingga Bulan Agustus. Wisatawan juga antusias dalam mengunjungi kembali Pulau Tidung meskipun ditemukan kasus positif COVID-19 pada masyarakat Pulau Tidung. Meskipun seperti itu, menurut Puji Astuti selaku Kepala Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kepulauan Seribu, tidak perlu takut dalam mengunjungi Pulau Tidung dikarenakan pasien yang

terkonfirmasi positif sudah dikarantina di wisma atlet. Selain itu juga penerapan protokol kesehatan yang sangat ketat dilakukan di Pulau Tidung ([traveldetik.com/20/7/2020](http://traveldetik.com/20/7/2020)).

Dengan adanya pandemi COVID-19 dan diberlakukannya kebijakan adaptasi kebiasaan baru merubah pola berwisata. Penerapan peraturan protokol kesehatan dan penerapan adaptasi kebiasaan baru juga merubah motivasi wisatawan dan perilaku wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi (Suprihatin, 2020). Komponen penting yang menjadi faktor penarik utama kunjungan wisatawan adalah daya tarik wisata, yaitu segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Maulina & Sukmadi, 2021). Menurut Bambang Irawan selaku pengamat pariwisata UNS, perlunya menyiapkan berbagai aspek di era AKB. Hal yang harus disiapkan antara lain mendorong pengelola untuk melakukan evaluasi manajemen, *merecharge* pemandu wisata, mengevaluasi penataan barang, serta berbagai hal yang dapat diperbaiki dari internal ([uns.ac.id/id/28/5/2020](http://uns.ac.id/id/28/5/2020)).

Selain itu, preferensi wisatawan dapat ditentukan berdasarkan karakteristik wisatawan. Menurut (Amanda et al., 2018:3) preferensi wisatawan yaitu pilihan yang dibuat wisatawan tentang produk destinasi wisata yang dikunjungi. Preferensi wisatawan berhubungan dengan informasi pribadi yang berupa karakteristik personal. Demografi dan perilaku wisatawan dapat mempengaruhi karakteristik tiap wisatawan. Menurut (Elistia, 2020) dalam penelitiannya, perilaku wisatawan pada masa pandemi memilih wisata yang berbasis alam dengan waktu tempuh yang singkat. Selain itu, keamanan dan kebersihan menjadi faktor utama dalam melakukan perjalanan. Hal itu sesuai dengan kondisi geografis yang dimiliki Pulau Tidung. Pulau Tidung merupakan wisata bahari berbasis alam dengan waktu tempuh dari masing-masing dermaga membutuhkan waktu tidak lebih dari tiga jam.

Dengan mengetahui karakteristik wisatawan selama masa pandemi di Pulau Tidung dapat menetapkan segmentasi pasar. Segmentasi pasar dapat didefinisikan sebagai suatu skema pembagian pasar ke dalam kelompok wisatawan secara tegas, yakni tiap kelompok dipilih atau ditetapkan sebagai target pasar yang kemudian akan berpengaruh terhadap strategi pemasaran (Kotler & Keller, 2006). Selain itu dapat digunakan untuk pengembangan produk yang sesuai dengan segmentasi pasar. Pengembangan produk wisata berdasarkan segmentasi pasar merupakan salah satu kegiatan yang termasuk dalam kegiatan pemasaran untuk menentukan target pasar yang dituju. Terdapat beberapa tujuan pokok yang diperoleh ketika kita melakukan analisis segmentasi wisatawan berdasarkan unsur segmentasi pasar yang dirumuskan oleh James Spillane dalam (Damardino, 2015) yaitu: 1) mendesain produk yang lebih responsif terhadap pasar; 2) menemukan peluang dan ide; 3) mengetahui produk yang ingin ditawarkan; 4) Menentukan strategi komunikatif yang efisien dan efektif

Menurut (Caldito & Dimanche, 2015:109) *“Preferences is the coice of tourist towards the different available products in destination. Tourist preference is depend on internal characteristic like travel behavior and motivation of the tourist.”* Adapun menurut (Suryadana, 2015:76) kebutuhan dan keinginan wisatawan merupakan hal-hal yang mendasari serta membentuk preferensi seorang wisatawan. Hal yang mendasari pembentukan preferensi wisatawan yaitu dari produk wisata yang ditawarkan di destinasi yang menjadi pilihan wisatawan itu sendiri dalam melakukan kunjungan. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan Nursusanti (2005) bahwa preferensi wisatawan timbul dari keinginan dan kebutuhan wisatawan terhadap produk yang ditawarkan dalam melakukan perjalanan wisata.

Menurut (Buhalis, 2000:98) bahwa atraksi, aksesibilitas, amenitas, aktifitas, ketersediaan paket wisata, dan layanan lainnya merupakan enam komponen pembentuk dari produk wisata

yang dapat mempengaruhi preferensi wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi. Dengan mengetahui preferensi wisatawan di Pulau Tidung, maka dapat dilakukan pengembangan produk berdasarkan segmentasi.

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa setelah adanya kebijakan adaptasi kebiasaan baru (AKB), dapat mengubah preferensi wisatawan untuk mengunjungi kawasan wisata Pulau Tidung, yang dipengaruhi oleh adanya keinginan dan kebutuhan terhadap produk wisata yang ada di Pulau Tidung itu sendiri. Maka berdasarkan ulasan tersebut maka peneliti akan melakukan penelitian ini dengan judul “**Preferensi Wisatawan terhadap Produk Wisata di Pulau Tidung Kepulauan Seribu**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, diketahui rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik wisatawan selama pandemi COVID-19?
2. Bagaimana Preferensi Wisatawan terhadap produk wisata selama pandemi COVID-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

### 1. Tujuan Formal

Tujuan formal penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program sarjana di Program Studi Destinasi Pariwisata POLTEKPAR NHI Bandung.

### 2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui preferensi wisatawan dilihat dari karakteristik wisatawan selama pandemi COVID-19.

- b. Untuk mengetahui preferensi wisatawan terhadap produk wisata selama pandemi COVID-19.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini dibatasi dari segi wilayah yang berfokus pada salah satu pulau di Kepulauan Seribu, yaitu Pulau Tidung.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian mengenai preferensi wisatawan selama adaptasi kebiasaan baru (AKB).
- b. Sebagai acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis lainnya.

##### 2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Dinas Pariwisata dan Budaya Suku Dinas Kepulauan Seribu, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang terkait dengan pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata di Pulau Tidung, Kepulauan Seribu.
- b. Bagi *Stakeholder* pariwisata di Pulau Tidung, penelitian ini diharapkan dapat merangsang pengembangan produk wisata selama adaptasi kebiasaan baru (AKB).