

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Milenial menjadi sebuah topik yang sangat sering menjadi pembahasan pada masa sekarang ini. Milenial sendiri merupakan salah satu kategori dari penggolongan generasi yang dicetuskan oleh William Straus dan Neil Howe dimana generasi milenial adalah generasi dengan rentang tahun kelahiran 1982 sampai 2000 (Putra, 2016). Generasi milenial memiliki karakteristik seperti kurangnya minat membaca pada buku, wajib memiliki sosial media sebagai wadah informasi, memilih ponsel daripada televisi, dan menjadikan keluarga sebagai pertimbangan informasi (Budiati, et al., 2018). Generasi milenial sendiri merupakan generasi yang cukup memiliki peran penting dalam berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Dalam penelitian yang dilakukan oleh UNWTO tahun 2015 menyatakan bahwa pada tahun 2020 akan ada 370 juta perjalanan wisata yang dilakukan oleh generasi milenial (Febrianto, 2021).

Di masa sekarang ini, teknologi semakin berkembang dan telah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat pada umumnya, begitu juga bagi generasi milenial. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alvara Research Center bersama IDN Media (Utomo, 2019) menunjukkan bahwa 94.4% milenial Indonesia telah terkoneksi dengan internet dan menjadi kebutuhan

utama bagi milenial. Dalam temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa milenial Indonesia masuk dalam kategori *heavy user* dan *addicted user* yang menghabiskan waktu mengakses internet selama 4-6 jam sehari dan lebih dari 7 jam. Dalam penelitian Alvara Research Center (Ali & Purwandi, 2020), perjalanan wisata menjadi sebuah tren yang dipicu oleh adanya internet dan sosial media, kemudian informasi yang dicari oleh generasi milenial adalah mengenai perjalanan wisata sebesar 58.9%. Mengunjungi dan berfoto di tempat wisata menjadi bagian dari eksistensi diri dan membagikannya dalam sosial media. Semakin muda usia semakin senang liburan dan 3 dari 10 masyarakat dari generasi x, milenial, dan z melakukan liburan dalam 1 tahun terakhir. Untuk milenial sendiri memiliki persentase liburan keluar kota selama satu tahun terakhir yaitu *younger milenial* sebesar 28,1% dan *older milenial* sebesar 24,2%.

Dilihat dari hasil penelitian tersebut, generasi milenial mendominasi perkembangan dari sektor pariwisata sendiri dengan karakternya yang berbeda dari generasi lainnya. Dalam pemilihan tujuan wisata dari generasi milenial pun cukup beragam. Daerah tujuan wisata pilihan milenial dapat dilihat dalam tabel 1.

TABEL 1
LOKASI LIBURAN PILIHAN *by* GENERASI (%)

KOTA TUJUAN	TOTAL	GEN Z	YOUNGER MILENIAL	OLDER MILENIAL	YOUNGER GEN X	OLDER GEN X
TOTAL RESPONDEN	92	24	28	17	12	11
YOGYAKARTA	42.4	29.2	64.3	52.9	16.7	27.3
JAKARTA	33.7	33.3	21.4	52.9	41.7	27.3
BANDUNG	18.5	20.8	14.3	29.4	25	-
SURABAYA	9.8	8.3	3.6	5.9	16.7	27.3
DENPASAR	9.8	8.3	14.3	5.9	8.3	9.1
MALANG	8.7	4.2	10.7	5.9	16.7	9.1
SEMARANG	5.4	8.3	10.7	-	-	-
MAKASSAR	5.4	4.2	10.7	-	-	9.1
MEDAN	4.3	4.2	7.1	5.9	-	-
BOGOR	3.3	-	3.6	5.9	8.3	-
PALEMBANG	3.3	4.2	-	-	-	18.2
LOMBOK	3.3	-	3.6	-	-	18.2
CIREBON	1.1	4.2	-	-	-	-
SOLO	1.1	-	3.6	-	-	-
PADANG	1.1	-	-	-	8.3	-
PONTIANAK	1.1	4.2	-	-	-	-
BANYUWANGI	1.1	-	-	-	-	9.1
LAINNYA	2.2	4.2	-	5.9	-	-
TOTAL	155.4	137.5	167.9	170.6	141.7	154.5

Sumber : Alvara Research Center (2020)

Dari tabel di atas tersebut, dapat dilihat bahwa salah satu lokasi tujuan wisata oleh milenial adalah Bandung di urutan ketiga. Bandung memiliki keragaman daya tarik wisata serta kebudayaan yang banyak dikenal orang seperti Gedung Sate, Saung Angklung Udjo, Jalan Braga, Dago Dreampark, dan masih banyak lagi. Kabupaten Bandung Barat menjadi salah satu kabupaten yang menjadi tujuan wisata dan cukup sering dikunjungi oleh wisatawan. Jumlah kunjungan tersebut dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

TABEL 2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE OBJEK WISATA
KABUPATEN BANDUNG BARAT TAHUN 2018-2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan		
	Mancanegara	Domestik	Total
2018		121.788	121.788
2019	100.339	5.339.819	5.440.158
2021		2.202.146	2.202.146

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat

Kabupaten Bandung Barat (KBB) merupakan salah satu kabupaten yang secara geografis terletak di $06^{\circ} 41'$ - $07^{\circ} 19'$ Lintang Selatan dan $107^{\circ} 22'$ - $108^{\circ} 05'$ Bujur Timur. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Purwakarta dan Kabupaten Subang di sebelah barat dan utara, Kabupaten Bandung dan Kota Cimahi di sebelah timur, serta Kabupaten Cianjur di sebelah barat dan timur. Kabupaten Bandung Barat meliputi 15 kecamatan serta memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.408.550 jiwa (Kabupaten Bandung Barat, n.d.). Daerah ini memiliki berbagai macam daya tarik wisata, mulai dari daya tarik wisata alam, buatan, dan campuran yang diminati oleh wisatawan.

Keragaman dan keunikan sumber daya alam yang menjanjikan pemandangan indah, udara segar dan arena petualangan serta didukung kekayaan kultural yang sangat beragam merupakan potensi bagi Kabupaten Bandung Barat dalam mengembangkan pariwisata sebagai sektor unggulan (Hasanah, Susilowati, & Ludiro, 2017). Kabupaten Bandung Barat memiliki

sejumlah potensi yang menunjukkan keanekaragaman budaya dan daya tarik wisata diantaranya Gunung Tangkuban Perahu yang terletak di bagian puncak Lembang, Wisata Grafika Cikole di Desa Cikole, Lembang, kemudian The Lodge Maribaya, Sanghyang Heuleut di Rajamandala Kulon. Adapun wisata yang sedang banyak diminati oleh wisatawan yakni Tebing Keraton, Floating Market, Farm House Susu Lembang, Stone Garden di Cipatat dan masih banyak lagi (Firdaus, 2018). Berbagai atraksi wisata tersebut pun dilengkapi dengan adanya berbagai macam fasilitas pendukung seperti akomodasi dan lainnya.

Dengan banyaknya daya tarik wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bandung Barat maka akan menimbulkan variasi pergerakan berdasarkan pilihan wisatawan itu sendiri, khususnya wisatawan milenial. Pergerakan wisatawan ini memiliki rute perjalanan yang berbeda-beda dan akan membentuk suatu pola perjalanan, selanjutnya dapat diketahui destinasi wisata mana yang sering dan jarang dikunjungi wisatawan (Herayanti, Hotimah, Mataburu, & Zid, 2020).

Lau dan McKercher (2006) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang memberikan alasan untuk mendukung pembentukan pola perjalanan yaitu tipe individu, motivasi, destinasi, kunjungan keberapa kali, lama tinggal di destinasi, dan total durasi perjalanan.

“These factors include human factors (type of individual, travel party, motivations, etc), physical factors (destination geomorphology), trip factors (main or secondary destination, first-time or repeat visitor, etc) and the time factor (length of stay in destination, total trip duration)”.

Kemudian diperkuat oleh penjelasan di Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2012) bahwa Pola perjalanan pariwisata adalah struktur, kerangka dan alur pergerakan perjalanan wisata dari satu titik destinasi ke titik destinasi lainnya yang saling terkait dan berisi informasi tentang fasilitas, aktivitas dan pelayanan. Maka dari itu, dapat dilihat bahwa aspek dari pola perjalanan adalah daya tarik wisata, fasilitas wisata dan aksesibilitas, profil wisatawan, serta durasi kunjungan.

Pada laporan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kabupaten Bandung Barat (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bandung Barat, 2021) bahwa ada beberapa rute produk wisata yang dikunjungi wisatawan ketika berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat dengan durasi sekitar 2-3 hari adalah Bandung (Hotel/Stasiun/Pool Travel) – Gunung Tangkuban Perahu – Ciater – Maribaya The Lodge/Floating Market – Farm House/Dusun Bambu/Taman Begonia – Bandung (Belanja). Kemudian Jakarta – Lembang: Gunung Tangkuban Perahu – Floating Market/Farm House – Bandung (Belanja) – Jakarta. Kemudian Jakarta – Gua Pawon – Stone Garden – Jakarta dan masih terdapat beberapa rute yang dilakukan komunitas setempat.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan Alvara Research pada tahun 2020 dimana generasi milenial mendominasi peran dalam perkembangan industri pariwisata. Kemudian rute perjalanan yang dimiliki Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bandung Barat yang belum menampilkan pola perjalanan wisatawan milenial. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pola Perjalanan Wisatawan Milenial di Kabupaten Bandung Barat”**

agar dapat mengetahui pola perjalanan yang terbentuk oleh wisatawan milenial dan menjadi sebuah acuan yang bermanfaat bagi pariwisata di Kabupaten Bandung Barat untuk dapat mempromosikan daya tarik serta pendukungnya dan mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi, khususnya wisatawan milenial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa bahwa pola perjalanan wisatawan milenial sangat diperlukan untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bandung Barat sebagai bahan referensi dalam pembuatan bahan promosi wisata di Kabupaten Bandung Barat. Maka dari itu, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana pola perjalanan wisatawan milenial di Kabupaten Bandung Barat?”

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan milenial di Kabupaten Bandung Barat?
2. Bagaimanakah fasilitas wisata dan aksesibilitas yang ada di Kabupaten Bandung Barat?
3. Bagaimanakah profil wisatawan milenial yang berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat?
4. Berapa lamakah durasi kunjungan wisatawan milenial ketika berwisata di Kabupaten Bandung Barat?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dalam penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Adapun tujuan operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis bagaimana daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan milenial di Kabupaten Bandung Barat
- b. Untuk menganalisis bagaimana fasilitas wisata dan aksesibilitas yang ada di Kabupaten Bandung Barat
- c. Untuk menganalisis profil wisatawan milenial yang berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat
- d. Untuk menganalisis berapa lama durasi kunjungan wisatawan milenial ketika berwisata di Kabupaten Bandung Barat

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menghasilkan pola perjalanan wisatawan di Kabupaten Bandung Barat. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penulis diberikan kesempatan untuk dapat mempelajari mengenai pola perjalanan lebih dalam dan dapat berkontribusi dalam pembuatan pola perjalanan di Kabupaten Bandung Barat.

2. Bagi Industri

- a. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung, pola perjalanan ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan informasi yang dapat diberikan nantinya bagi wisatawan yang akan berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat.
- b. Bagi Biro Perjalanan Wisata (BPW) dan Agen Perjalanan Wisata (APW), pola perjalanan ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi pembuatan paket wisata di Kabupaten Bandung Barat.