

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata merupakan faktor yang penting dalam perekonomian negara dan bahkan di beberapa negara, pariwisata menjadi devisa utama. Indonesia mampu bersaing dan mengalami peningkatan peringkat yang terbilang tinggi dalam persaingan pariwisata dunia. Dengan adanya fenomena tersebut, maka dapat membuktikan bahwa persaingan pariwisata pada tingkat nasional maupun internasional dapat semakin meningkat. Sehingga untuk menarik perhatian wisatawan, perusahaan-perusahaan dalam bidang pariwisata akan saling turut bersaing.

Jawa Barat merupakan destinasi wisata yang memiliki beragam daya tarik wisata mulai dari alam, budaya, dan buatan. Terbukti berdasarkan data dari Open Data Jabar pada tahun 2019 jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Barat mencapai 68.256.265. Sebanyak 8.175.221 adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Bandung pada tahun 2019. Bandung merupakan destinasi yang banyak diminati wisatawan mulai dari lokal hingga luar kota sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke Bandung. Terlebih dengan letak Bandung yang dekat dengan Jakarta, sehingga Bandung menjadi tujuan wisata khususnya ketika *weekend*. Dari fenomena tersebut banyak tempat wisata di Bandung yang memiliki keunggulan masing-masing sehingga dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya.

Salah satu faktor yang menjadi unggulan dalam persaingan pariwisata yaitu ketika sebuah industri pariwisata dapat berhasil memenuhi kebutuhan dengan menciptakan persepsi yang baik terhadap wisatawan setelah berkunjung. Selalu menyediakan fasilitas wisata yang sebaik mungkin kepada wisatawan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan seorang pengelola tempat wisata untuk memberikan persepsi baik oleh wisatawan selama dan setelah berkunjung ke suatu destinasi wisata. Salah satu pelayanan pendukung yang dapat dinikmati oleh wisatawan berdasarkan penawaran kualitas dan menawarkan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah fasilitas wisata (Mill, 2000). Selain memiliki peran yang dapat menunjang persepsi baik oleh, fasilitas wisata juga merupakan salah satu kriteria untuk menentukan suatu objek untuk meningkatkan ketertarikan wisatawan terhadap objek yang akan digunakan sebagai referensi dalam peningkatan pelayanan kepada wisatawan.

Persepsi merupakan sebuah penilaian dari seorang konsumen atau pengguna terhadap produk yang ada, besarnya ekspektasi ataupun harapan dan persepsi dari konsumen akan mencerminkan kepuasan mereka terhadap produk tersebut (Hill dalam Tantrisna dan Prawitasari (2006:37)). Selain itu, persepsi dapat menjadi satu dari unsur-unsur yang akan menentukan bagaimana kepuasan wisatawan setelah berwisata (Nasution et al, 2005:93). Sehubungan dengan pengertian sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi adalah bagaimana wisatawan menilai suatu produk wisata yang disediakan dan menjadi cerminan kepuasan berwisata.

Salah satu daya tarik wisata yang ada di Bandung adalah wisata taman bertema (*theme park*). *Theme Park* merupakan sebuah taman hiburan dekoratif yang didesain untuk mencerminkan satu tema utama tertentu, seperti suatu periode khusus dalam sebuah cerita atau dunia di masa yang akan datang (Webster 2010). Sehingga definisi dari taman bertema yaitu sebagai taman hiburan dengan suatu tema utama, seperti film atau latar belakang sejarah. Seperti di destinasi wisata The Great Asia Africa yang mengangkat tema Konferensi Asia Afrika yang pernah diselenggarakan pada tanggal 18 hingga 24 April 1955 bertempat di Gedung Merdeka, Bandung, Jawa Barat. Tujuan konferensi tersebut adalah untuk senantiasa memperjuangkan kepentingan bersama, tidak lupa kedaulatan negara-negara di Benua Asia dan Afrika terutama, serta senantiasa melawan imperialisme dan rasialisme.

The Great Asia Africa adalah destinasi wisata yang memiliki daya Tarik wisata dengan konsep edukasi mengenai budaya lewat mengajak pengunjung untuk melihat keragaman budaya pada negara-negara di Benua Asia dan Afrika beserta mencicipi wisata kulinernya yang beragam dan saat ini sudah dikenal serta diminati oleh wisatawan lokal maupun domestik. The Great Asia Africa terletak di Jl. Raya Lembang - Bandung No.71, Gudangkahuripan, Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391. The Great Asia Africa menyediakan tempat melihat pemandangan keragaman budaya pada beberapa negara seperti Korea Selatan, India, Jepang, Thailand, China, Timur Tengah, Indonesia, dan Africa. Beberapa

spot negara juga menawarkan makanan khas, penyewaan pakaian tradisional, dan oleh-oleh khas negara.

Selain produk wisata yang beragam dan menarik, The Great Asia Africa menyediakan fasilitas wisata lengkap seperti toilet, area parkir, mushola, dan gratis gondola bagi lansia dan disabilitas. Meskipun menurut ulasan beberapa wisatawan yang diwawancarai langsung serta ulasan di Google dan Trip Advisor, The Great Asia Africa memiliki fasilitas yang lengkap meskipun apabila sedang *weekend* didapati toilet yang kotor. Meski begitu 50% wisatawan merasa puas dengan lanskap lembah di The Great Asia Africa karena terdapat tempat duduk untuk beristirahat dan dilengkapi wisata kuliner. Sedangkan sisanya kecewa karena lanskap wisata di The Great Asia Africa melelahkan dan kursi yang tersedia terbatas sehingga minim tempat beristirahat khususnya ketika *weekend*. Selain itu dengan kondisi padatnya wisatawan, apabila ingin menggunakan fasilitas gondola perlu mengantri hingga antriannya panjang. Hal ini disebabkan oleh fasilitas gondola yang ada hanya satu dan kapasitas maksimum gondola hanya 20 orang. Ditambah lagi apabila ingin menggunakan fasilitas gondola wisatawan perlu membayar Rp.10.000,00. Beberapa wisatawan merasa seharusnya harga tiket yang sudah sebesar Rp.50.000,00 sudah termasuk menikmati fasilitas yang ada. Tempat parkir yang disediakan luas meskipun dikatakan oleh beberapa wisatawan bahwa masih banyak mafia parkir yang langsung menembak harga parkir hingga sebagian wisatawan yang diwawancarai langsung oleh peneliti dan wisatawan yang memberikan ulasan di Google tidak mau berkunjung kembali. Namun sebagian besar

merasa pengalaman berwisata di The Great Asia Africa adalah pengalaman tak terlupakan dan mau berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil observasi ketika pra survey fasilitas yang ada dan hasil wawancara dengan wisatawan The Great Asia Africa mengenai persepsi wisatawan terhadap fasilitas di lapangan, apabila dirangkum berdasarkan teori persepsi wisatawan Keliwar Said dan Nurchayo Anton 2015 dan fasilitas wisata Morrison 2013 dan ASEAN Tourism Standard 2007, kondisi aktual dari persepsi beberapa wisatawan menyebutkan bahwa The Great Asia Africa memiliki lanskap yang menarik dan pilihan design sesuai dengan tema negara. The Great Asia Africa menawarkan beragam souvenir, namun ragam pilihan kuliner yang ditawarkan hanya mewakili beberapa negara seperti Korea dan Jepang. Sedangkan kuliner negara lain seperti Thailand belum ada. Selain itu toilet yang disediakan kotor khususnya ketika *weekend*.

Maka berdasarkan masalah tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil penelitian mengenai “Persepsi Wisatawan terhadap Fasilitas Wisata di The Great Asia Africa Lembang”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

- a. Bagaimana persepsi wisatawan secara umum terhadap fasilitas wisata di The Great Asia Africa?
- b. Apakah ada perbedaan persepsi wisatawan tentang fasilitas wisata ditinjau dari frekuensi berkunjung?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu kepada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan mengenai fasilitas wisata dan mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi wisatawan tentang fasilitas wisata di The Great Asia Africa ditinjau dari frekuensi berkunjung.

D. Keterbatasan Penelitian

Fokus penelitian ini mencakup persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata yang disediakan oleh The Great Asia Africa berdasarkan Morrison (2013:168) meliputi, *food and beverage, retail outlet*, dan *ASEAN Tourism Standard* meliputi toilet umum dengan petunjuk keberadaan toilet, toilet pria dan wanita terpisah, adanya air bersih, sabun, tisu, lantai yang tidak licin dan berbau, ketersediaan fasilitas bagi kaum disabilitas maupun lansia, letak toilet jauh dari pusat keramaian dan jauh dari jangkauan makanan.

Dalam penelitian ini, kendala utama yang dihadapi peneliti adalah pandemi *Covid-19* dan keterbatasan waktu, sehingga sulit untuk melakukan pengumpulan data secara langsung kepada wisatawan di The Great Asia Africa.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini antara lain:

- a. Secara Teoritis/ Akademisi diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan kajian penelitian selanjutnya mengenai persepsi wisatawan.
- b. Secara Praktis dapat bermanfaat dan diterima oleh manajemen The Great Asia Africa untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata yang disediakan dan dapat diaplikasikan.