

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan secara individu atau berkelompok dengan tujuan bisnis, rekreasi, atau pendidikan dan melibatkan penggunaan jasa akomodasi, transportasi, dan jasa pariwisata lainnya. Pariwisata juga merupakan kegiatan yang digemari oleh banyak orang sebagai sarana untuk melepas penat. Menurut *World Tourism Organization*, pariwisata mencakup aktivitas individu yang melakukan perjalanan dan tinggal sementara di lokasi yang berada di luar area tempat tinggal mereka dalam jangka waktu yang singkat atau yang cukup lama, dengan tujuan bisnis, rekreasi, atau kepentingan lainnya. Perjalanan wisata saat ini telah menjadi tren di masyarakat dan menjadi kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan. Seiring dengan perkembangan zaman, perjalanan wisata bukan hanya kegiatan yang dilakukan di saat tertentu tapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dunia termasuk Indonesia (Pratiwi, 2020). Pariwisata menjadi industri yang semakin penting di banyak negara dan mempengaruhi perekonomian bagi suatu negara, bahkan sektor pariwisata mampu menggantikan sektor lain yang secara historis memiliki bobot lebih, seperti sektor keuangan dan kesehatan.

Semakin meningkatnya wisatawan yang tertarik untuk melakukan perjalanan wisata, oleh karena itu penting untuk memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat dan niat dalam melakukan perjalanan wisata. Menurut (Liang, 2017) minat wisatawan dapat diukur melalui faktor-

faktor seperti pengalaman sebelumnya, motivasi, persepsi, dan sikap terhadap suatu destinasi wisata. (Sabila, 2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata adalah atraksi yang ditawarkan oleh tempat wisata itu sendiri, aksesibilitas yang ada, tarif, fasilitas penunjang pariwisata yang tersedia, dan juga informasi mengenai destinasi wisata tersebut.

Selain faktor-faktor yang telah dipaparkan di atas, sosial media juga memiliki dampak dan pengaruh terhadap minat wisatawan dalam mengunjungi suatu tempat. Pada era digital saat ini, media sosial menjadi sarana untuk melakukan promosi bisnis yang sangat efektif dan dapat mempengaruhi seseorang karena dapat diakses oleh siapa saja dan mendapatkan informasi dengan mudah (Nifita, 2018). Tidak jarang minat wisata muncul setelah seseorang mendapatkan informasi atau melihat sesuatu mengenai sebuah destinasi wisata melalui sosial media.

Salah satu negara dengan minat kunjungan yang tinggi adalah Korea Selatan. Korea Selatan merupakan negara yang terletak di bagian timur laut semenanjung Korea, dan berbatasan dengan China dan Jepang. Beberapa Tahun ini, budaya dan seni Korea Selatan menarik perhatian dunia. Tradisi dan modernitas tumbuh bersama dalam semua bidang seni yang menjadi hal penting dari kebudayaan Korea Selatan. Hal ini juga berlaku pada gaya hidup termasuk arsitektur, pakaian dan juga makanan (*Korean Cultural Center*). Selain itu kesuksesan industri kreatif Korea Selatan juga menjadi faktor pendorong yang menarik perhatian banyak kalangan untuk datang mengunjungi Korea Selatan.

Berdasarkan data dari *Korean Tourism Organization* (Organization), jumlah kunjungan wisatawan ke Korea Selatan mulai meningkat. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan hingga tahun 2020 mencapai 67,72 juta orang. Berikut daftar jumlah wisatawan setiap tahunnya dari tahun 2016-2020.

**TABEL 1**  
**JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA**  
**KE KOREA SELATAN 2016-2020**

Tahun	Jumlah Wisatawan
2016	17,5 Juta
2017	13,3 Juta
2018	15,3 Juta
2019	17,5 Juta
2020	4,12 Juta
Total Kunjungan	67,72 Juta

Sumber : *Tourist Statistic Korean Tourism*

*Organization* (2021), diakses pada Mei 2023

KTO menjelaskan bahwa jumlah wisatawan internasional ke Korea Selatan menurun drastis sebesar 83% sebagai akibat dari pandemi covid-19. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan ini dipengaruhi oleh popularitas dari industri kreatif Korea

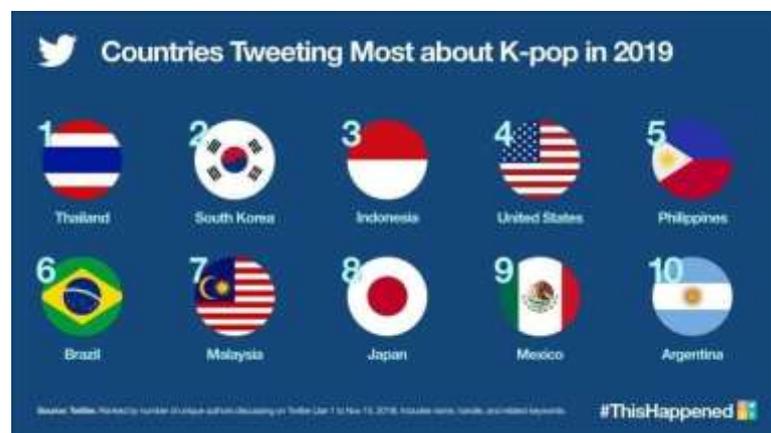
Selatan yang mampu menarik perhatian global, termasuk Indonesia.

Kunjungan wisatawan asal Indonesia ke Korea Selatan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Menurut data KTO Indonesia (ADMIN, 2019), pada tahun 2018 terdapat sekitar 249.000 wisatawan asal Indonesia yang datang berkunjung ke Korea . Kemudian pada tahun 2019, data kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan meningkat dengan jumlah data lebih dari 276.000 wisatawan. Namun dengan datangnya pandemi pada awal 2020 kunjungan wisatawan mancanegara ke Korea Selatan menurun drastis selama 2 tahun berturut-turut. Pada tahun 2023 selama periode Januari-April kunjungan wisatawan asal Indonesia mulai meningkat kembali dengan data sebanyak 68.795 wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan.

Pada tahun 2019, Twitter merilis daftar negara yang paling banyak men- tweet terkait artis K-pop di sepanjang tahun 2019 dan Indonesia menempati peringkat ke-3 setelah Thailand dan Korea Selatan. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial untuk perekonomian Korea Selatan berkat industri kreatif yang mereka miliki. Sejak dibangunnya hubungan diplomatik antara Indonesia dengan Korea selatan pada 1973, Korea Selatan menjadi salah satu negara yang memiliki jumlah investasi terbesar dan tersebar luas di berbagai sektor di Indonesia (Bhaskara, 2019) Selain itu, industri kreatif Korea Selatan juga berdampak bagi masyarakat Indonesia, khususnya remaja dan anak muda (Tutania, 2021)

Perkembangan Korean Wave yang pesat ini juga telah menyebar ke seluruh penjuru negeri termasuk di kota Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu Kota di Indonesia, di mana penduduk kota ini didominasi oleh usia muda. Menurut data BPS 2022, kota dengan jumlah penduduk sebanyak 2.452.943 jiwa ini didominasi oleh kelompok usia 0-44 tahun. Berdasarkan kelompok usia tersebut, penduduk dengan usia 25-29 tahun mendominasi usia tersebut sebanyak 199.275 jiwa (BandungBergerak.id). Dalam penelitian ini, penulis akan berfokus untuk melakukan penelitian terhadap calon wisatawan yang berdomisili di kota Bandung.

### GAMBAR 1 COUNTRIES TWEETING MOST ABOUT K-POP IN 2019



Sumber : *Twitter Blog*, diakses pada Juni 2023

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, pengaruh ekonomi dari industri kreatif Korea Selatan terhadap pariwisata disebut sebagai *Hallyu Tourism* (Bae, 2017). *Hallyu Tourism* ini dapat berarti secara luas ataupun lebih sederhana

tergantung dari kegiatan wisata yang dilakukan. Dalam artian yang lebih luas berarti wisatawan yang ingin berkunjung bukan hanya karena industri kreatifnya saja tetapi ingin mengunjungi Korea Selatan secara keseluruhan. Sedangkan dalam artian yang lebih sederhana berarti wisatawan yang berminat mengunjungi Korea Selatan hanya karena industri kreatifnya saja, seperti menonton konser K-Pop atau hanya sekedar mengunjungi lokasi syuting drama (Lee, 2011).

Berdasarkan pemaparan dan hasil penelitian terdahulu mengenai *travel intention* atau minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang berjudul “*Travel Intention* Wisatawan Kota Bandung Berkunjung ke Korea Selatan”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan sebelumnya rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apa saja atribut destinasi wisata yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Korea Selatan?
- b. Apa saja faktor pendorong atau penghalang yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke Korea Selatan?

## **C. Tujuan Penelitian**

- a. Tujuan Formal

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi akhir Diploma IV Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan.

- b. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk merekomendasikan pada travel-travel agent yang ada di Bandung agar lebih tepat dalam meng-*create* paket wisata untuk orang-orang yang akan berwisata ke Korea Selatan, selain itu penelitian ini bertujuan untuk diversitas produk dan preferensi untuk bisnis.

## **D. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini, adapun batasan penelitiannya adalah penulis hanya ingin meneliti wisatawan Kota Bandung yang ingin berkunjung atau berminat ke

Korea Selatan dengan mempertimbangkan faktor atribut destinasi wisata dan juga faktor pendorong atau penghalang lainnya.

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

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

##### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi untuk penelitian proyek akhir selanjutnya dengan topik yang serupa yaitu Minat Wisatawan.

##### b. Manfaat Praktis

###### i. Bagi Peneliti

Menjadi salah satu kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu dan materi yang telah didapatkan selama masa perkuliahan. Selain itu melalui penelitian ini, penulis juga menemukan hal-hal baru yang dapat dipelajari dan menambah wawasan bagi penulis terlebih pada topik minat wisatawan.

###### ii. Bagi Lokus Penelitian

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat digunakan untuk referensi bagi para *travel agent* dalam pembuatan suatu paket perjalanan wisata yang menarik dengan mengaktifkan penggunaan faktor-faktor yang membentuk niat wisatawan dalam mengunjungi suatu tempat khususnya paket wisata ke Korea Selatan.