

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata semakin berkembang dipengaruhi oleh pergerakan manusia yang ingin mencari pengalaman baru dalam berwisata. Menurut UNWTO (t.t) pariwisata digambarkan sebagai pergerakan manusia ke berbagai tempat yang berbeda dari lingkungan mereka dan dipengaruhi oleh fenomena sosial, ekonomi, dan budaya untuk tujuan pribadi, bisnis atau profesional. Pariwisata memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan banyak orang dan turut berkembang bersama masyarakat dan wisatawan.

Sebagian orang menggunakan waktu luang nya untuk melakukan perjalanan wisata sesuai dengan kebutuhan dan hobi mereka masing-masing untuk menghilangkan rasa jenuh. Menurut Sugiama (2011) wisata adalah perjalanan sementara meninggalkan tempat tinggalnya untuk beristirahat, berbisnis atau tujuan lainnya.

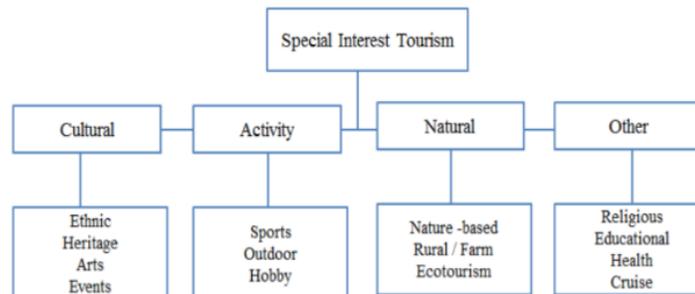
Nuriata (2014) juga membedakan perjalanan wisata ke dalam tiga jenis yaitu *mass tour* (wisata massal), *alternative tour* (wisata alternatif) dan *special interest tour* (wisata minat khusus). Namun, seiring perkembangan zaman, wisata masal (*mass tour*) juga memberikan dampak negatif bagi pariwisata Indonesia. Bagi pihak destinasi wisata massal menimbulkan permasalahan atas

daya dukung destinasi itu sendiri. Padatnya kunjungan wisatawan pada wisata massal menyebabkan permasalahan seperti kemacetan lalu lintas, kerusakan lingkungan, dan sebagainya. Sedangkan bagi wisatawan, pariwisata massal dirasa tidak lagi dapat memenuhi keinginan untuk mendapatkan pengalaman baru yang bisa memperkaya nilai kunjungan mereka (Hermantoro, 2011).

Untuk mengatasi hal tersebut, industri pariwisata mulai bergerak untuk berkembang ke arah wisata yang ramah lingkungan dan budaya. Hal ini didukung dengan pola wisatawan yang berganti dari *buying product* (membeli produk) menjadi *buying experience* (membeli pengalaman) (Hermantoro, 2011). Perubahan pasar wisata ini timbul dengan adanya wisatawan yang lebih tertarik pada wisata minat khusus baik dari segi jumlah wisatawan maupun area minatnya (Pitana dan Gayatri, 2005). Wisatawan juga memiliki keingintahuan mengenai tujuan dan aktivitas baru dan cenderung tertarik dengan pengalaman minat khusus mereka.

Menurut Ismayanti (2010) wisata minat khusus memiliki kegiatan wisata yang tidak umum dan memerlukan ketertarikan dan keahlian khusus dari wisatawannya. Fandeli (2002) menjelaskan bahwa wisata minat khusus adalah wisata yang diikuti oleh wisatawan dalam kelompok atau rombongan kecil. Terdapat berbagai jenis wisata minat khusus, Wright (2013) dalam George (t.t) mengklasifikasikan wisata minat khusus sebagai berikut:

GAMBAR 1
JENIS-JENIS WISATA MINAT KHUSUS



Sumber: Wright (2013) dalam George (t.t)

Setiap jenis wisata minat khusus menarik wisatawan yang berbeda, dilihat dari motivasi dalam bepergian dan juga didorong oleh minat yang spesifik dari wisatawan.

Menurut *Creative Tourism Network* (2019), wisata minat khusus salah satunya adalah wisata kreatif yang merupakan pengembangan dari jenis wisata minat khusus budaya (*cultural*). Wisata kreatif adalah wisata yang memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk mengembangkan potensi kreatif dengan secara aktif berpartisipasi pada kegiatan kursus dan pengalaman belajar yang menjadi karakteristik dari atraksi wisata yang dikunjungi (Richards dan Raymond, 2000). Wisata kreatif dipahami sebagai kegiatan kepariwisataan yang melibatkan interaksi, sehingga pendatang dapat berinteraksi secara aktif dengan budaya dan masyarakat lokal (Hermantoro, 2011).

Pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal dinilai dapat ditingkatkan melalui wisata kreatif. Menurut siaran pers Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Wonderful Indonesia* berhasil mengalahkan 76 nominasi negara lainnya dan meraih predikat “*Best Creative Destination*” pada ajang *Creative Tourism Awards 2020*. Caroline Couret selaku direktur *Creative Tourism Network* mengatakan bahwa *Wonderful Indonesia* mampu menghasilkan kolaborasi yang baik antar berbagai sektor usaha pada pariwisata kreatif dengan masyarakat lokal (kemenparekraf.go.id, diakses 03 April 2023). Mengacu pada pernyataan tersebut, maka dapat dilihat bahwa wisata kreatif semakin berkembang di Indonesia. Terdapat berbagai bidang wisata kreatif dengan berbagai aktivitas, salah satunya di bidang seni. Bentuk aktivitasnya dapat berupa kelas melukis, menari, mengukir, membuat keramik dan kesenian lainnya.

Dengan berkembangnya wisata kreatif di Indonesia, di Kota Bandung terdapat sebuah studio keramik yang termasuk sebagai atraksi wisata kreatif, yaitu Elina Keramik Studio. Elina Keramik Studio yang berlokasi di Jalan Taman Pramuka Nomor 181 adalah usaha yang bergerak pada bidang seni kriya keramik yang sudah berdiri sejak tahun 1996. Kegiatan utama yang bisa dilakukan di Elina Keramik Studio adalah kelas membuat keramik dengan teknik *handbuild* yaitu teknik membuat keramik dengan tangan kosong tanpa bantuan alat ataupun *wheelthrown* yaitu teknik membuat keramik dengan bantuan alat berupa meja putar. Elina Keramik Studio membantu wisatawan

dalam meningkatkan keterampilan membuat keramik baik untuk tingkatan pemula maupun tingkatan praktisi keramik. Elina Keramik Studio juga menjual berbagai jenis souvenir yang terbuat dari keramik seperti gelas, mangkuk, vas bunga, aksesoris dan lain-lain. Berdasarkan data yang diperoleh dari kegiatan pra survei, jumlah pengunjung yang datang ke Elina Keramik Studio dari tahun 2021 – 2022 adalah sebagai berikut:

TABEL 1
JUMLAH PENGUNJUNG ELINA KERAMIK STUDIO
TAHUN 2021 – 2022

TAHUN	BULAN	JUMLAH	TOTAL
2021	JANUARI	24	407
	FEBRUARI	21	
	MARET	78	
	APRIL	19	
	MEI	20	
	JUNI	12	
	JULI	7	
	AGUSTUS	89	
	SEPTEMBER	20	
	OKTOBER	16	
	NOVEMBER	23	
	DESEMBER	78	
2022	JANUARI	15	847
	FEBRUARI	21	
	MARET	215	
	APRIL	22	
	MEI	31	
	JUNI	49	
	JULI	75	
	AGUSTUS	111	
	SEPTEMBER	82	

	OKTOBER	55	
	NOVEMBER	85	
	DESEMBER	86	
TOTAL			1.254

Sumber: Elina Keramik Studio, 2023

Data di atas merupakan akumulasi jumlah pengunjung yang datang secara perseorangan dan dalam grup tiap tahun nya. Terlihat pula dari data di atas bahwa terdapat kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan. Hal tersebut menunjukkan minat wisatawan yang tinggi terhadap kegiatan membuat keramik yang termasuk ke dalam wisata kreatif.

Dalam melakukan suatu perjalanan wisata, termasuk pada wisata kreatif tentunya terdapat motivasi yang mempengaruhi wisatawan. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), motivasi wisatawan adalah upaya seseorang dalam memenuhi kebutuhan dasar dan keinginannya yang memicu terjadinya perjalanan wisata ketika tujuan yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut telah ditemukan. Terdapat dua faktor penting yang mempengaruhi motivasi seseorang dalam berwisata, yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*). Faktor pendorong merupakan faktor yang muncul dari dalam diri wisatawan dan faktor penarik terkait dengan atraksi wisata yang akan dikunjungi. Dapat disimpulkan bahwa seseorang ingin melakukan perjalanan dipengaruhi oleh Faktor Pendorong dan alasan seseorang memilih atraksi wisata dipengaruhi oleh Faktor Penarik.

Motivasi wisatawan menjadi ilmu yang penting untuk dipelajari dalam perencanaan perjalanan wisata (Hermantoro, 2011). Motivasi dapat menjadi dasar dalam merencanakan kegiatan wisata yang sesuai dengan keinginan wisatawan agar kegiatan yang dirancang oleh atraksi wisata bisa tepat menjangkau pasarnya. Motivasi wisatawan dapat menjadi referensi bagi atraksi wisata atau pelaku bisnis pariwisata agar bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Sehingga penelitian mengenai motivasi wisatawan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Elina Keramik Studio untuk mengembangkan produk kegiatan *Workshop Pottery Class* agar semakin dapat menjangkau wisatawan dengan berbagai motivasi.

Berdasarkan paparan mengenai definisi-definisi dan fenomena yang terjadi dengan adanya kenaikan jumlah pengunjung yang signifikan di Elina Keramik Studio, maka penulis bertujuan untuk melakukan penelitian berjudul **“Motivasi Wisatawan pada Wisata Kreatif di Elina Keramik Studio, Bandung”** guna mengetahui motivasi yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke Elina Keramik Studio ditinjau dari dua faktor yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu “Bagaimana Motivasi Wisatawan pada

Wisata Kreatif di Elina Keramik Studio, Bandung”. Adapun identifikasi masalah penelitian yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan faktor pendorong (*push factor*) pada wisata kreatif di Elina Keramik Studio, Bandung?
2. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan faktor penarik (*pull factor*) pada wisata kreatif di Elina Keramik Studio, Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini yaitu tujuan formal dan tujuan operasional, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Tujuan Formal

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Program D-4 Jurusan Perjalanan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Tujuan Operasional dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi wisatawan pada wisata kreatif di Elina Keramik Studio, Bandung yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu; faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*).

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dilaksanakannya penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan akan dapat menambah khazanah pengetahuan penulis terkait motivasi wisatawan khususnya pada wisata kreatif.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan penulis dapat tercapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menjadi acuan bagi Elina Keramik Studio untuk mengembangkan kegiatan wisata yang disesuaikan dengan faktor pendorong (*push factor*) motivasi wisatawannya.
- b. Menjadi acuan bagi Elina Keramik Studio untuk mengembangkan atraksi wisata dalam hal fasilitas, keamanan, kebersihan, kenyamanan dan lain-lain yang disesuaikan dengan faktor penarik (*pull factor*) motivasi wisatawannya.
- c. Membantu Elina Keramik Studio untuk berkembang sebagai salah satu atraksi wisata kreatif di Bandung.