

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata sudah menjadi salah satu hal yang penting dan tidak bisa lepas dari sebuah negara, baik untuk sebagai penambahan devisa negara, penambahan inovasi produk baru, sampai menambah pendapatan masyarakat lokal yang menjadi dampak positif karena dengan adanya pariwisata juga dapat membuka lahan pekerjaan baru.

Industri pariwisata merupakan salah satu industri terpenting bagi suatu negara karena dapat menambah devisa negara, menimbulkan transaksi triliunan rupiah, membuka lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan produk (Yanti & Hadya, 2018). Sektor pariwisata saat ini menjadi aspek yang penting di suatu negara terutama untuk kemajuan ekonomi negara. Perkembangan pariwisata sekarang ini telah melewati banyak transformasi, baik dari perubahan pola, bentuk, dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lainnya (Adiyanto & Supriatna, 2018).

Provinsi Jawa Barat dengan ibu kotanya, yaitu Kota Bandung merupakan pusat perekonomian yang berdampak besar terhadap peningkatan pergerakan dan mobilitas (Ariswendi & Chairuddin, 2021). Di setiap hari libur atau akhir pekan, Bandung selalu dikunjungi wisatawan, terutama yang berasal dari Jabodetabek karena daya tarik yang dimiliki Bandung, seperti macam-macam kuliner dan *fashion*-nya, serta suhu udara di Bandung yang relatif lebih sejuk dengan suasana kota yang relatif lebih santai dibanding daerah Jabodetabek (Mulyana, 2021).

Salah satu alasan mengapa masyarakat Jabodetabek membanjiri Kota Bandung terutama saat akhir pekan atau hari libur adalah karena di daerah Jabodetabek semua serba cepat, mulai dalam hal menaiki transportasi umum yang membuat semua jadi tergesa-gesa untuk melakukan aktivitas sehari-hari selanjutnya saat di kantor dan seterusnya (Anggraeni, 2023). Selain itu, transportasi yang ada sekarang ini sudah cukup memadai bagi masyarakat luar Kota Bandung untuk datang ke Kota Bandung dengan mudah dan harga yang terjangkau, misalnya menggunakan kereta api atau kendaraan pribadi mobil karena jarak yang tidak terlalu jauh dari daerah Jabodetabek dan sekitarnya dengan Kota Bandung. Daya tarik beserta sejarah yang ada di Kota Bandung juga menjadi salah satu alasan mengapa banyak masyarakat luar Kota Bandung berdatangan (Mulia, 2021).

Menurut Setiadi (2003), motivasi wisatawan dapat berarti sebagai suatu hal yang mendorong seseorang dalam berkegiatan, serta sebagai penyebab dan perantara untuk bertindak secara terintegrasi untuk mencapai kepuasan (Fitroh et al., 2017). Dari hasil penelitian yang diteliti oleh Kumiasih & Fidowaty (2016), motivasi wisatawan dalam berkunjung ke Kota Bandung adalah untuk berlibur, berekreasi, mencari pengalaman baru, menghabiskan masa libur, beristirahat, dan bersantai dengan alasan membuat wisatawan merasa lebih segar dengan objek wisata yang bagus dan menarik untuk dikunjungi.

Di masa setelah pandemi COVID-19, banyak telah terjadi perubahan pada perusahaan-perusahaan dalam pemberian hak atau keringanan kepada pekerjanya, seperti fleksibilitas bagi pekerja untuk dapat melakukan liburan

di sela-sela waktu bekerja sehingga tren pariwisata terus mengalami perubahan dan pergeseran. Salah satu tren pariwisata di tahun 2024 adalah *bleisure (business and leisure)* (Kemenparekraf, 2024). *Bleisure* adalah kombinasi dari penyelesaian pekerjaan dan hiburan atau situasi yang menyenangkan dalam waktu yang sama (Adhiatma et al., 2019). Kata *bleisure* sendiri dapat digunakan untuk mendeskripsikan gabungan antara dua bentuk perjalanan (bisnis dan liburan), seiring dengan banyaknya wisatawan yang memperpanjang kunjungan bisnis/profesionalnya dengan perjalanan rekreasi serta membawa keluarga atau teman-temannya untuk menikmati fasilitas dan budaya di destinasi tujuan yang dituju (Tala et al., 2011).

Menurut penelitian yang diteliti oleh Putri et al. (2021), beberapa hal seperti sikap, kondisi fasilitas, termasuk hal yang membangun niat berkunjung wisatawan ke wisata alam di Bandung pasca Covid-19 karena keyakinan mereka akan biaya yang dikeluarkan sepadan dengan apa yang akan mereka dapatkan. Wisatawan yang berwisata ke Bandung salah satu tujuannya adalah untuk melakukan perjalanan bisnis, yang dimana wisatawan tersebut akan cenderung menggunakan HSR (*high-speed rail*) Jakarta-Bandung (Mahardika et al., 2022). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh pihak KCIC kepada penumpang, dinyatakan bahwa 53% responden menggunakan kereta cepat Whoosh untuk berlibur, 23% untuk business trip, dan sisanya adalah untuk kegiatan lainnya (Chairunisa, 2023).

Dilansir dari *platform* penyedia ulasan, seperti TripAdvisor dan Google Review, dapat ditemukan ulasan dari wisatawan-wisatawan asal domisili Jabodetabek dan sekitarnya yang pernah melakukan kegiatan *bleisure* di

restoran dan hotel-hotel di Kota Bandung, seperti dari Pago Restaurant, Pullman Grand Central Bandung, The Gaia Hotel Bandung, InterContinental Bandung Dago Pakar, Crowne Plaza Bandung, The Trans Luxury Hotel, The Papandayan, dan Hilton Bandung. Contoh ulasan yang dituliskan adalah seperti mereka menginap di hotel untuk keperluan bisnis atau pekerjaan di hotel di Kota Bandung dengan mendapatkan fasilitas yang sesuai dan nyaman untuk digunakan *meeting* bisnis atau pekerjaan, serta akan lanjut dengan melakukan eksplorasi Kota Bandung di kemudian hari setelah keperluan bisnis dilaksanakan. Contoh ulasan lain dari restoran yang dikunjungi adalah restoran yang dikunjungi sangat nyaman untuk dipakai *meeting* keperluan bisnis atau pekerjaan serta makanan dan minuman yang sedap untuk disantap dan merasa ingin berkunjung kembali di lain waktu.

Berdasarkan keadaan tersebut, penulis perlu untuk meneliti motivasi wisatawan dalam melakukan kegiatan *bleisure* yang bertujuan untuk mengetahui potensi kegiatan *bleisure* yang ada di Kota Bandung dengan judul yaitu **“Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan *Bleisure* di Kota Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang perlu diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan *physical motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung?

2. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan *cultural motivation* alam melakukan *bleisure* di Kota Bandung?
3. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan *social motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung?
4. Bagaimana motivasi wisatawan berdasarkan *fantasy motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung?
5. Bagaimana potensi kegiatan *bleisure* yang ada di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Diploma IV di Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui motivasi wisatawan berdasarkan *physical motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung.
- b. Untuk mengetahui motivasi wisatawan berdasarkan *cultural motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung.
- c. Untuk mengetahui motivasi wisatawan berdasarkan *social motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung.
- d. Untuk mengetahui motivasi wisatawan berdasarkan *fantasy motivation* dalam melakukan *bleisure* di Kota Bandung.

- e. Untuk mengetahui potensi kegiatan *bleisure* yang ada di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pembaca terhadap literatur ilmiah dalam bidang pariwisata dan perjalanan, serta dapat menambah wawasan dan ilmu terkait kegiatan *bleisure* dan motivasi wisatawan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam konteks serupa.

2. Manfaat Praktis:

Dengan dilaksanakannya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi acuan bagi seluruh pemangku kepentingan pariwisata serta pemerhati tren *bleisure* untuk meningkatkan potensi pariwisata di Kota Bandung. Serta, hasil rekomendasi dapat menjadi masukan bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di Kota Bandung. Selain itu, menjadi acuan untuk penulis membuat *output* yang misalnya dapat berupa paket wisata untuk tujuan *bleisure* di Kota Bandung dan dapat memotivasi banyak wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bandung bukan hanya untuk berlibur (*leisure*), melainkan juga untuk berbisnis atau bekerja (*business*). Bagi penulis, diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih luas terkait pariwisata, perjalanan, terlebih mengenai *bleisure*. Selain itu, penulis

juga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam menganalisis permasalahan yang terkait, sehingga mampu memberikan solusi yang lebih komprehensif dan tepat sasaran.