

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata adalah salah satu bagian sektor di banyak negara yang dapat dijadikan sebagai alat kontribusi pembangunan bagi negara tersebut. Indonesia merupakan salah satu dari banyak negara yang memanfaatkan sektor pariwisatanya sebagai alat pembantu pembangunan negara. Penduduk Indonesia sendiri sudah banyak yang menyadari bahwa dalam industri pariwisata yang berkembang di Indonesia, pariwisata bisa memberikan bantuan yang besar bagi majunya status dan tingkat perekonomian sebuah negara. Dalam proses pembangunan maupun perbaikan yang berjalan di sebuah negara seperti perbaikan pelabuhan laut, bandara udara, jalan raya, berbagai sistem kesehatan dan kebersihan lingkungan, kelestarian lingkungan, sistem pengangkutan, pusat kebudayaan, dan sebagainya (Pendit, 2006).

Potensi pariwisata yang Indonesia miliki juga sangatlah besar karena Indonesia merupakan sebuah negara dengan wilayah dan budaya yang beragam, di mana wilayahnya terbentang dari Sabang sampai Merauke. Pariwisata sendiri sudah menjadi sebuah hal yang berhubungan dengan keadaan ekonomi, budaya, teknologi, sosial, bahkan politik. Oleh sebab itu, hal ini menjadi salah satu fokus utama yang dimiliki oleh berbagai ahli maupun pelaku perencanaan pembangunan. Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pariwisata adalah keseluruhan aspek yang mempunyai

hubungan dengan wisata yang didalamnya terdapat berbagai aspek seperti daya tarik wisata, objek wisata, maupun usaha-usaha yang berhubungan dengan bidang tersebut (Bahiyah, 2018).

Pariwisata di Indonesia adalah satu dari banyak sektor penting yang telah membantu ekonomi negara Indonesia. Pariwisata Indonesia telah mendapatkan urutan ketiga sebagai pemasok devisa negara selain dari pasokan hasil gas bumi, minyak kelapa sawit, dan minyak biasa. Berdasarkan data yang dikaji bahwa setiap tahunnya terdapat peningkatan devisa negara dalam sektor pariwisata. Pada tahun 2018 sendiri jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berjumlah 15,81 juta wisatawan, jumlah wisatawan sendiri meningkat sebesar 12,58 persen jika dibandingkan pada tahun 2017. (kompas.com, 2019)

Di Jawa Barat sendiri khususnya wilayah Kota Bandung telah ditetapkan menjadi Kota Pariwisata Terbaik. Dalam hal ini Kota Bandung sudah kedua kalinya mendapatkan penghargaan sebagai Kota Pariwisata Terbaik pada tahun 2017 dan 2018. Pada tahun sebelumnya Kota Bandung telah mendapatkan 48 penghargaan dari berbagai sektor yang kemudian sekarang bertambah menjadi 349 penghargaan dari total seluruh penghargaan. Hal ini membuktikan bahwa Kota Bandung sebagai salah satu pendukung sektor pariwisata di Indonesia (humas.bandung.go.id, 2018)

Kota Bandung yang merupakan salah satu kota di Indonesia dengan macam tujuan wisata menarik yang mempunyai banyak sekali atraksi wisata yang menghibur dan menyenangkan untuk rekreasi. Banyaknya daya tarik wisata di Kota Bandung ini membuat atraksi-atraksi wisata di Kota Bandung

terus-menerus didatangi oleh wisatawan dari daerah-daerah lain, khususnya pada waktu akhir pekan di hari Jumat, Sabtu, dan Minggu, serta pada saat libur nasional.

Hioe (2018) berpendapat bahwa Paris Van Java adalah sebuah julukan yang diberikan untuk Kota Bandung. Kota Bandung tidak pernah kosong dari pengunjung karena termasuk ke dalam salah satu kota dengan daerah wisata terfavorit. Sebagai salah satu kota terfavorit dan pariwisata terbaik wilayah Bandung selalu mengalami perkembangan jumlah obyek wisata. Masing – masing dari wilayah daerah memiliki obyek wisata berbeda yang menyajikan pengalaman unik dan berbeda. Wilayah Bandung yang terkenal dengan daerah wisata alam yang tak pernah berhenti untuk memanjakan wisatawannya terutama untuk wilayah Lembang, Ciwidey, Dago, dan daerah lainnya yang tidak pernah sepi pengunjung.

TABEL 1

**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN
DOMESTIK DI KOTA BANDUNG
TAHUN 2014 - 2016**

Tahun	Wisatawan		Jumlah Kunjungan
	M mancanegara	Domestik	
2017	189.902	6.770.610	6.960.512
2018	227.560	7.357.785	7.585.345
2019	252.842	8.175.221	8.428.063

Sumber : DISBUDPAR Jawa Barat (2020)

Dijelaskan secara detail pada tabel 1 mengenai jumlah kedatangan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, baik wisatawan luar negeri maupun wisatawan dalam negeri serta dijabarkan pula banyaknya kunjungan total setiap tahunnya. Sesuai tabel diatas bahwa terlihat bahwa kedatangan pengunjung ke Kota Bandung meningkat setiap tahunnya, yang berarti juga bahwa Kota Bandung tidak pernah sepi pengunjung.

Sugiama (2011) mendefinisikan wisatawan adalah individu yang melakukan suatu perjalanan untuk wisata yang memiliki berbagai tujuan, seperti untuk berlibur, beristirahat, melakukan usaha, berobat, beribadah (ziarah) dan untuk melakukan perjalanan studi ke suatu daerah. Dengan dilaksanakannya perjalanan dan meninggalkan tempat asalnya untuk sementara waktu, orang tersebut dapat disebut wisatawan.

Wisatawan yang datang ke Kota Bandung ini bersumber dari banyak daerah di Indonesia, tidak hanya bersumber dari wilayah sekitar Kota Bandung saja, tetapi banyak wisatawan mancanegara dan wisatawan dari daerah luar Kota Bandung. Sebagian besar tujuan utama mereka mengunjungi Kota Bandung ialah untuk menikmati kecantikan wisata natural (alam) dan keunikan wisata budaya yang dipunyai oleh kota yang dikenal dengan julukan Kota Kembang ini. (tempatwisataunik.com, 2018)

Selama berada di Kota Bandung, wisatawan akan disuguhkan dengan beragam pilihan daya tarik wisata. Di mana beragam daya tarik wisata ini sangat tepat untuk tujuan berlibur, baik itu dilakukan secara sendiri atau disebut FIT (*Free Individual Tour*) atau bersama pasangan, keluarga, dan grup wisata yang

biasa disebut GIT (*Group Inclusive Tour*). Seluruh tempat yang memiliki daya tarik wisata yang berlokasi di Kota Bandung dapat dinikmati oleh semua kalangan umur karena memiliki pilihan yang dapat disesuaikan dengan keinginan wisatawan. (Hioe,2018)

Alorina Tours (2018) mengatakan dalam hal ini biasanya wisatawan menggunakan jasa BPW (Biro Perjalanan Wisata) atau *Travel Agent*. Agen Perjalanan masih menjadi memiliki banyak peminatnya terutama untuk wisatawan yang menginginkan perjalanan wisata mereka direncanakan secara professional, tepat dan dapat terpenuhi kebutuhannya. Umumnya orang akan berpikir bahwa menggunakan jasa *travel agent* akan membutuhkan biaya yang cukup tinggi dan terikat, padahal kenyataannya biaya yang dikeluarkan akan lebih efektif dan memaksimalkan efisiensi waktu. Selain itu ada banyak keunggulan dalam menggunakan jasa travel agent, sebagai berikut :

1. Efisiensi waktu dan menghemat tenaga
2. Liburan menjadi lebih mudah dan seru
3. Biaya yang dikeluarkan lebih murah
4. Perencanaan yang tepat
5. Pelayanan dokumentasi
6. Praktis dalam penambahan/perubahan jadwal
7. Memudahkan pengurusan dokumen perjalanan
8. Waktu yang terperinci dan jelas
9. Terdapat jasa *tour leader/tour guide*

Salah satu yang menentukan suksesnya sebuah rangkaian perjalanan wisata adalah *Tour Guide* atau Pramuwisata, karena suatu perjalanan berwisata yang baik, tidak akan lengkap bila tidak didampingi oleh seorang *tour guide*. (Rizky, 2015)

Profesi sebagai *tour guide* dalam hal ini dibutuhkan untuk membantu para wisatawan agar tidak tersesat dan mengenal lebih dalam mengenai budaya, sejarah, kearifan lokal dari obyek wisata tersebut. (kontan.co.id, 2018)

Tour guide atau pramuwisata menurut Prof. E. Amato dari ILO dalam pustakaindoprima.com (2016) didefinisikan sebagai seorang individu yang berprofesi sebagai informan, pemimpin suatu perjalanan, atau pemberi saran pada wisatawan pada saat perjalanan berlangsung, maupun sebelum atau sesudahnya. Umumnya, pramuwisata bekerja di sebuah biro perjalanan wisata maupun lembaga-lembaga yang bergerak di bidang pariwisata lainnya.

Jasa *tour guide* atau pemandu wisata banyak dibutuhkan di Kota Bandung. Terutama pemandu yang memiliki kemampuan bahasa asing seperti Mandarin, Belanda, dan Jerman. Agar resmi dan dapat dipercaya keaslian informasi yang diberikan, pemandu wisata harus berlisensi. Lembaga yang mengeluarkannya yaitu Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) yang terdapat di Kota Bandung. (tempo.com, 2019)

Himpunan Pramuwisata Indonesia disingkat HPI atau dapat dikenal dengan sebutan Indonesia *Tourist Guide Association* (ITGA) merupakan satu kelompok ikatan profesi bersifat non-politik dan mandiri yang menjadi sebuah wadah bagi pribadi-pribadi yang bekerja sebagai *tour guide* (pramuwisata).

Organisasi HPI ini berkedudukan di tingkat Nasional yang disebut Dewan Pimpinan Pusat disingkat DPP. Sedangkan untuk bagian yang bertempat di Ibukota Provinsi dikenal sebagai Dewan Pimpinan Daerah Provinsi (DPD) dan yang bertempat di Kabupaten atau Kota (maupun tempat-tempat lainnya sesuai dengan keadaan daerah masing-masing tempat) dikenal dengan sebutan Dewan Pimpinan Cabang Kabupaten/ Kota (DPC) (AD ART HPI, 2006).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih DPD HPI Jawa Barat di mana fokus penelitian berada di wilayah Kota Bandung. DPD HPI Jawa Barat memiliki kantor di Jalan Natuna No.27, Kel. Kebon Pisang, Kec.Sumur, Kota Bandung, Jawa Barat. Anggota DPD HPI Jawa Barat di wilayah Kota Bandung sendiri anggotanya memiliki kemampuan menggunakan berbagai berbahasa asing.

TABEL 2

PENGUASAAN SPESIALISASI BAHASA ASING PADA ANGGOTA HPI JAWA BARAT

No.	Bahasa yang dikuasai	Jumlah (orang)
1	Belanda	31
2	Inggris	183
3	Jepang	3
4	Melayu	90
5	Jerman	70
6	Korea	1
7	Mandarin	1
8	Prancis	5
9	Arab	91
	TOTAL	475

Sumber: Profil HPI Tingkat Jawa Barat (dpdhipi.org, 2019)

Pada tabel 2 disebutkan bahwa ada beberapa jumlah anggota HPI Jawa Barat dalam hal ini termasuk *tour guide* HPI wilayah Bandung, yang memiliki kemampuan berbahasa asing dengan divisi bahasanya ialah bahasa Belanda, Inggris, Jepang, Melayu, Jerman, Korea, Mandarin, Prancis, dan Arab.

Melalui HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), lembaga yang mewadahi pemandu wisata yang sudah berlisensi. Pemandu wisata sebagai salah satu penggerak pariwisata menjadi garda terdepan dalam menyampaikan informasi kepada wisatawan. Diharapkan melalui HPI dapat menjadi salah satu media strategi promosi untuk memperkenalkan potensi wisata. Peran HPI sangat penting dalam mendukung setiap kebijakan pemerintah dalam memperkenalkan dan mempromosikan daya tarik wisata. (pariwisata.jogjakota.go.id, 2018)

Organisasi HPI ini merupakan penunjang pemerintahan yang sebenarnya merupakan lembaga pemerintah fungsi eksekutif atau karena sifat independensinya HPI menjadi quasi lembaga pemerintah, Karena secara status struktur organisasi HPI berada dalam lembaga eksekutif dibawah oleh lembaga pemerintahan yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat. (Hartoyo, 2018)

Menurut DPC HPI Surabaya (2016) untuk mendapatkan mengikuti diklat dan sertifikasi itu sendiri berikut syarat yang harus dipenuhinya adalah pendaftar merupakan penduduk asli Indonesia, berusia paling sedikit 18 tahun, mampu berbahasa Indonesia dengan baik, menguasai bahasa asing dengan lancar, mempunyai pengetahuan pariwisata mengenai daerah sekitarnya yang mencakup pengetahuan umum dan geografi wilayah, serta melampirkan

portofolio dengan bukti transfer biaya pendaftaran, *fotocopy* KTP sebanyak 2 lembar, *fotocopy* bukti kelulusan (ijazah) sebanyak 2 lembar, SKCK, dan pas foto terbaru. Setelah diadakan pelatihan dan peserta mendapatkan lisensi, calon *tour guide* dapat mengisi surat pernyataan agar dapat bergabung dengan keanggotaan HPI.

Dinyatakan dalam wartaekonomi.co.id (2020), wisatawan yang datang ke Kota Bandung merasa bahwa *service* (pelayanan), kualitas, serta harga dari produk-produk wisata yang dipasarkan di Kota Bandung belum maksimal sehingga menurut para wisatawan, Kota Bandung masih memerlukan banyak sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni untuk melayani seluruh keperluan dan keinginan wisatawan. Fajar Suharyadi yang menjabat sebagai Ketua Umum Global Penggiat Wisata Indonesia (GPWI) berpendapat bahwa sudah ada aksi yang dilakukan oleh GPWI dalam mengatasi keluhan wisatawan akan wisata di Kota Bandung tersebut, yaitu dengan mengadakan seminar, pembinaan, maupun pelatihan bagi seluruh individu yang berperan sebagai pelaku wisata di Kota Bandung, khususnya pemandu wisata/ pramuwisata (*tour guide*) yang berkomunikasi secara langsung dengan wisatawan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan produk yang diberikan dan menambah tingkat kepuasan wisatawan dalam mengunjungi Kota Bandung.

Kepuasan pelanggan terhubung langsung dengan kebutuhan pelanggan. Sejauh mana kebutuhan ini dipenuhi menentukan kenikmatan dalam hal kesesuaian atau kekecewaan dari perbedaan. (Hill, 2007:31)

Kotler (2002) di dalam jurnalnya yang membahas tentang kualitas pelayanan yang diberikan pelayan kepada wisatawan dan kepuasannya, serta efeknya yang terjadi pada wisatawan yang berdampak pada loyalitas menyampaikan bahwa *satisfaction* atau kepuasan ialah satu perasaan bahagia atau tidak puas terhadap suatu hal yang muncul akibat adanya perbandingan antara kesan dan persepsi dari sebuah harapan terhadap produk yang dihasilkan. Kepuasan mengenai daya tarik wisata bisa disandingkan dan dibandingkan dengan kemauan dan keinginan wisatawan sebelum datang ke daya tarik wisata yang dimaksud.

Geva dan Goldman (1991) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan sebagian besar tergantung pada pemandu wisata, karena mereka memiliki kemampuan untuk melayani kebutuhan dan preferensi individu wisatawan.

Demikian juga dengan temuan Huang, Hsu, dan Chan (2010) menunjukkan kinerja pemandu wisata itu secara signifikan mempengaruhi kepuasan wisatawan dengan wisata berpemandu.

Adapun Arslanturk & Altunoz (2012) berkata tidak ada keraguan bahwa *tour guide*, yaitu pemandu wisata, adalah salah satu elemen kunci dalam membangun wisata dan layanan terkait dalam konteks pariwisata. Karena sifatnya yang sangat komunikatif memberikan kepuasan pelanggan. Arslanturk & Altunoz membagi kepuasan berdasarkan pengalaman *tour* terbagi menjadi 4 aspek *communicative* yaitu *communicative motivation*, *communicative skills*, *perceptions of competence*, dan *communication knowledge*.

Penilaian kepuasan peserta sangat berpengaruh kepada *tour guide* untuk mengembangkan, memperbaiki kekurangan, dan memaksimalkan kinerja.

Kemudian memberikan kepuasan kepada peserta *tour* berarti memberikan pengalaman perjalanan yang tidak akan terlupakan karena setiap perjalanan memiliki kesan yang berbeda. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti ini, peneliti bermaksud untuk menilai besaran pengaruh *tour guide* dalam ke empat aspek *communicative* berdampak pada kepuasan kepada peserta *tour*.

Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan, di mana untuk penilaian kepuasan peserta *tour* terhadap *tour guide* HPI di Kota Bandung sendiri belum tersedia dan belum pernah dilakukan sebelumnya. Karena itu, pada penelitian Proyek Akhir ini, penulis berminat untuk mengkaji lebih dalam mengenai kepuasan peserta *tour* saat menjalani sebuah *tour*. Penilaian kepuasan ini ditujukan terhadap *tour guide* HPI di Kota Bandung dalam bentuk penelitian dengan judul “Kepuasan Peserta *Tour* Terhadap *Tour Guide* HPI di Kota Bandung”. Hal ini diteliti guna mengemukakan seberapa besar kepuasan peserta *tour* akan jasa *tour guide* HPI yang terbatas pada wilayah Kota Bandung. Penelitian ini memiliki obyek, obyek tersebut ialah peserta *tour inbound* (mancanegara yang datang ke Kota Bandung) dan peserta *tour* domestik. Selain itu, diharapkan pula penelitian menjadi salah satu cara dalam mengetahui dan meningkatkan kinerja *tour guide* HPI sesuai dengan regulasi yang berlaku dalam menciptakan aspek *communicative* yang baik, efektif dan efisien.

B. Rumusan Masalah

Berikut adalah identifikasi masalah yang didapatkan berlandaskan dari pemaparan latar belakang di atas ialah “Bagaimanakah kepuasan peserta *tour* terhadap *Tour Guide* HPI di Kota Bandung ?” Berikut rumusan masalah yang ada sesuai dengan identifikasi yang ada, sebagai berikut :

1. Bagaimana kepuasan peserta *tour* terhadap *communicative motivation Tour Guide* HPI di Kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan peserta *tour* terhadap *communicative skills Tour Guide* HPI di Kota Bandung?
3. Bagaimana kepuasan peserta *tour* terhadap *perceptions of competence Tour Guide* HPI di Kota Bandung?
4. Bagaimana kepuasan peserta *tour* terhadap *communicative knowledge Tour Guide* HPI di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berikut dua tujuan diadakannya penelitian ini, ialah :

1. Tujuan Formal

Tujuan Formal dari penelitian ini ialah sebagai prasyarat untuk menuntaskan Proyek Akhir dan juga sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menempuh Program Studi Manajemen Pengaturan Perjalanan pada Jurusan Perjalanan di Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Selain itu adapula maksud atau tujuan operasional dari diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan peserta *tour* ketika menggunakan jasa *Tour Guide* HPI selama melakukan kunjungan pariwisata di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diberikan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat bagi ilmu pengetahuan – hasil dari keseluruhan penelitian ini dimaksudkan untuk dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pariwisata.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat penelitian bagi industri pariwisata – mengimbau peserta *tour* untuk berwisata menggunakan jasa *tour guide* dalam perjalanan wisata.
- b. Manfaat penelitian bagi *tour guide* Himpunan Pramuwisata Indonesia – meningkatkan kualitas pemanduan dan pelayanan yang berdampak kepada para wisatawan.

Manfaat penelitian bagi peneliti – mengembangkan pola pikir yang sistematis dan logis selain itu pula penelitian ini memberikan sumber ilmu pengetahuan baru yang belum pernah peneliti dapatkan sebelumnya.