

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini menjadi salah satu negara yang terkena wabah Corona Virus Disease 19 (Covid-19) yang dimulai pada awal bulan Maret tahun 2020, wabah ini merupakan jenis penyakit menular yang disebabkan oleh jenis Corona Virus yang baru ditemukan. Virus ini dimulai pada bulan Desember 2019 di Wuhan, Tiongkok. Berdasarkan artikel yang dirilis oleh tirta.id pada tanggal 11 September 2020 mengatakan bahwa saat ini jumlah kasus di Indonesia mencapai 207.203 dengan angka 8.456 kematian sehingga menjadi peringkat 23 terbanyak kasus Virus Corona. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya aktivitas atau kegiatan yang secara mendadak diberhentikan sehingga menimbulkan dampak yang paling signifikan seperti dampak besar bagi perekonomian, hal disampaikan oleh Direktur Jendral Pajak Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Suryo Utomo pada tahun 2020.

Pernyataan ini diperkuat juga dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Pusat Penelitian Ekonomi LIPI pada tahun 2020, Agus Eko Nugroho yang menjelaskan mengenai kerugian ekonomi yang berdampak adalah sektor pariwisata, potensi kerugian adalah sekitar 2 miliar dolar Amerika, sector pariwisata sangat erat kaitannya dengan keberadaan Usaha Makro, Kecil, dan Menengah. Namun, terlepas dari itu semua Negara Indonesia diharuskan untuk

hidup dengan tatanan hidup baru atau yang dikenal dengan istilah *new normal* adalah suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh masyarakat dan semua institusi yang ada di wilayah tersebut untuk melakukan pola harian atau pola kerja atau pola hidup baru yang berbeda dengan sebelumnya, hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh promkes.kemkes.go.id tahun 2020.

Tujuan adanya *New normal* ini yaitu untuk memperlambat penyebaran virus namun masyarakat dapat beraktivitas dengan wajib mengikuti beberapa protokol kesehatan. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang sempat diberhentikan dan sangat terdampak selama pandemi ini, yang akibatnya para pelaku usaha sektor pariwisata banyak mengambil keputusan mengenai pekerja pariwisata yang dirumahkan. Berdasarkan artikel yang dirilis oleh Republika.co.id menyebutkan bahwa Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah mempersiapkan pembukaan kembali pariwisata Indonesia di era *New normal* selama pandemi Covid-19.

Menyikapi persiapan pembukaan kembali aktivitas pariwisata *New normal* para pelaku usaha pariwisata dapat mengubah strategi berdasarkan perubahan perilaku selama *New normal*. Riset yang telah dilakukan oleh Pegipegi.com (2020) kepada 900 responden di Indonesia sebanyak 67 persen responden tertarik untuk berpergian pada fase *New normal* dan terungkap tujuan wisata yang diincar masyarakat pada fase *New normal* yaitu 91%

responden menjadikan destinasi domestik seperti Bandung, Yogyakarta dan Jakarta menjadi tempat pilihan utama. Survei lain yang dilakukan oleh Bloom Consulting selaku perusahaan konsultan di bidang pemerintah yang berlokasi di Spanyol, pada April 2020 kepada sekitar 4.000 wisatawan dari Amerika, Eropa, dan Asia menyebutkan bahwa perilaku wisatawan terhadap tujuan berlibur yang telah rencanakan atau dipesan berubah akibat pandemic Covid-19.

Faktor utama dalam pengembangan pelayanan wisata dan juga pengembangannya adalah salah satunya perilaku wisatawan. (Juvan & Omerzel, 2017). Survei tersebut dilakukan kepada lintas generasi mulai dari Generasi X atau kelahiran sekitar tahun 1965-1980, Millennial atau sekitar kelahiran sekitar tahun 1981-1996, dan Generasi Z atau kelahiran sekitar tahun 1997-2010an. Berdasarkan artikel yang dirilis oleh bisniswisata pihak *World Travel & Tourism Council* mengatakan bahwa pelancong milenial yang usianya lebih muda dalam kelompok umur antara 18-35 tahun adalah yang tidak rentan terhadap Covid-19 dan mungkin mereka inilah termasuk yang pertama mulai bepergian, hal ini diperkuat oleh pernyataan dari Villar selaku Strategy Director Bloom Consulting mengatakan bahwa Generasi Y atau milenial masih yang tertinggi dalam kemauan berwisata diberbagai kondisi.

Dari pemaparan tersebut bahwa tiap kategori memiliki kategori yang berbeda dan ada penggolongan lainnya mengenai generasi milenial yang merupakan seseorang yang lahir pada tahun 1979-2000 (Garikapati, 2016).

Menurut artikel yang dirilis oleh arahdestinasi.com, Yiswohady selaku pakar *marketing* mengatakan bahwa preferensi berlibur akan bergeser ke alternatif liburan yang tidak banyak orang seperti *staycation* , *solo travel tour* , *wellness tour* , juga *virtual tourism*, hal ini dikarenakan menyikapi *New normal* masyarakat akan lebih meminimalisir berkumpul di tempat keramaian. Salah satu jenis alternatif liburan yang menjadi pilihan di era *New normal* adalah *staycation* .

Staycation merupakan singkatan dari kata *stay* (tetap) dan *vacation* (liburan), *staycation* adalah liburan yang dilakukan di negara sendiri, keuntungan dari *staycation* adalah penghematan anggaran wisata, karena tidak memerlukan tiket pesawat atau sewa kendaraan. Adanya fenomena *staycation* ini dimulai pada awal tahun 2008, banyak orang Amerika yang tidak mampu melakukan liburan dikarenakan terjadinya penurunan ekonomi, dengan beberapa meningkatkan kebutuhan seperti bahan bakar serta perjalanan udara yang tidak terjangkau, orang-orang tersebut mulai melakukan kegiatan *staycation* .

Wisatawan yang melakukan aktivitas wisata dengan tinggal di rumah atau di dekat rumah serta menciptakan sebuah lingkungan dengan liburan tradisional disebut *staycation* (Wixon,2009) . Djeri et,al (2014) yang mengatakan bahwa dalam melakukan suatu perjalanan terdiri dari beberapa tahap yaitu *Need Awareness,Information Search,The Estimation of Alternatives,The Purchase of Tourism Product,Purchase Evaluation*.

Beberapa hotel di Kota Bandung telah membuka kegiatan operasional selama era *New normal* , dan memberikan beberapa penawaran menarik terkait dengan anggaran hotel tersebut, hal ini membuat banyaknya wisatawan baik individual maupun grup yang melakukan *staycation* di Kota Bandung.

TABEL 1

DATA PERKIRAAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE KOTA BANDUNG BERDASARKAN PINTU MASUK KOTA BANDUNG TAHUN 2013 – 2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Wisatawan Domestik	5,388,292	5,627,421	5,877,162	6,712,574	6,770,610	7,357,785
Wisatawan Mancanegara	176,432	180,143	183,932	186,948	189,902	227,560
Total	5,564,724	5,807,564	6,061,094	6,899,522	6,960,512	7,585,345

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung

Berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung , data jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara dari tahun 2013 – 2018 memiliki jumlah total sebanyak 7.585.345 orang yang ke Kota Bandung berdasarkan pintu masuk Kota Bandung. Dengan total jumlah wisatawan domestik sebanyak 7.357.785 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 227.560 orang. Rata- rata lama menginap wisatawan di Kota Bandung pada tahun 2018 yaitu untuk wisatawan domestik selama 1.51 – 1.80 hari dan wisatawan mancanegara selama 3.01 – 4.49 hari hal ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat.

Selaras dengan artikel yang dirilis oleh republika.co.id pada tanggal 13 September 2020 yang mengatakan bahwa WeGo.id selaku platform *online travel agent* yang melakukan survei terhadap minat pengguna untuk melakukan *staycation* dimana pada sepanjang bulan Mei-Agustus 2020 terkait dengan pencarian hotel menunjukkan bahwa Bandung mengalami perkembangan dalam pencarian sebesar 44% pada bulan Mei dan 10% pada bulan Agustus, Director Growth Marketing APAC WeGo (2020) mengatakan bahwa peningkatan yang signifikan di awal ini terjadi karena Jawa Barat membuka pariwisatanya terlebih dulu dibandingkan kota-kota lainnya, tentunya dengan penerapan norma kebiasaan baru untuk pencegahan dan pengendalian Covid-19, dengan akses jalur darat yang mudah dijangkau dari kota-kota sekitar, sehingga Bandung menjadi kota yang diminati untuk *staycation* . Survei ini juga mengatakan bahwa tipe hotel yang diminati, yaitu hotel berbintang 4 dan 5 berada diperingkat teratas dengan kisaran tarif hotel Rp.460.000 – Rp.1.300.000 per kamar per malam. Berdasarkan pemaparan dari fenomena di atas, maka peneliti ingin mengambil judul mengenai **“Perilaku Wisatawan Milenial dalam Melakukan *Staycation* Pada Era *New normal* di Kota Bandung”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era new normal di Kota Bandung. Adapun identifikasi masalah berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *need awareness* terhadap perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung?
2. Bagaimana *information search* terhadap perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung?
3. Bagaimana *estimation of alternatives* terhadap perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung?
4. Bagaimana *purchase of tourism product* terhadap perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung?
5. Bagaimana *purchase evaluation* terhadap perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Menurut latar belakang penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Tujuan formal

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mengikuti sidang skripsi.

2. Tujuan operasional

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku wisatawan milenial dalam melakukan *staycation* pada era *new normal* di Kota Bandung yang terdiri dari 5 tahap yaitu *Need Awareness, Information Search, The Estimation of Alternatives, The Purchase of Tourism Product, Purchase Evaluation* .

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini keterbatasan yang akan peneliti hadapi yaitu peneliti tidak dapat terjun ke lapangan dalam pencarian data dan akan dilakukan menggunakan *digital platform online* seperti *google form* dikarenakan adanya pandemi. Dan juga dalam hal ini peneliti memiliki pembatasan masalah dimana, dalam variabel *The Purchase of Tourism Product* hanya menggunakan 2 dimensi dan *Postpurchase Behaviour* peneliti hanya memasukan dua dimensi dikarenakan fokus penelitian ini adalah wisatawan milenial.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan pariwisata yang berfokus kepada perilaku wisatawan milenial saat berwisata pada era *new normal* pandemi Covid-19, selain itu juga penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian-penelitian sejenis terhadap pandemic Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi :

1. Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang perilaku wisatawan dalam melakukan *staycation* dengan melatih cara berfikir secara sistematis melalui jenis penelitian metodologis.

2. Lokus

Dalam hal ini Kota Bandung menjadi lokus penelitian sehingga manfaat yang didapatkan yaitu sebagai acuan bagi pemerintah , pelaku usaha seperti pelaku usaha daya tarik wisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi serta penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi , dan *stakeholder* terkait untuk membuat paket wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan saat berwisata *staycation* di Kota Bandung terkait dengan target pasar wisatawan milenial pada era *new normal* .