

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bandung dengan letak geografisnya yang mendukung udara sejuk, banyaknya tempat kuliner yang lezat, tempat wisata yang unik, rentang biaya hidup di Bandung tergolong murah tetapi tetap berkualitas, ditambah dengan penghargaan yang diterima, Bandung menjadi salah satu destinasi wisata favorit di Asia dengan menempati posisi keempat setelah Bangkok, Seoul, dan Mumbai pada tahun 2015 (CNN Indonesia, 2015). Disusul dengan penghargaan kembali sebagai kota terbaik sektor pariwisata yang diselenggarakan *Indonesia Attractiveness Award* (IAA) di tahun 2018 dan 2019 (Humas Kota Bandung, 2019).

TABEL 1
JUMLAH WISATAWAN DI KOTA BANDUNG, 2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225.585	6.487.239	6.712.824
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	173.036	4.827.589	5.000.625

Sumber: BPS Bandung, 2016

Sesuai dengan tabel 1 di atas, bahwa benar adanya banyak wisatawan yang ingin sekali berkunjung dan menikmati Bandung. Saat sampai di suatu

destinasi atau atraksi wisata, wisatawan yang baru pertama kali berkunjung biasanya akan lebih penasaran ataupun membutuhkan informasi tentang destinasi atau atraksi wisata yang dikunjunginya agar dapat menikmati aktivitasnya lebih maksimal (Jumail, 2017). Informasi harus akurat, terpercaya, dan mudah dipahami yang diberikan dalam bentuk papan petunjuk atau pun dari pemandu wisata (Nugroho, 2019).

Mengenal kota yang dijadikan destinasi akan lebih menyenangkan jika kita mengetahui cerita yang ada di dalam kota tersebut. Wisata kota adalah seluruh aspek produk wisata yang dikembangkan di kota dan menarik terjadinya kegiatan di kota tersebut (Hutagalung & Nugroho, 2015). Pemerintahan Kota Bandung pun memiliki paket wisata kota yang sudah dikemas dengan baik, yaitu Bandung *Tour on Bus*. Bandung *Tour on Bus* atau yang familiar dikenal Bandros, merupakan salah satu fasilitas moda transportasi wisata yang disediakan Dinas Pariwisata Bandung. Bus terbuka tanpa jendela ini memiliki interval pemberangkatan sesuai jumlah armada yang tersedia (Kausar, 2017). Selama wisata kota berlangsung, wisatawan akan ditemani oleh seorang *tour guide* yang bertugas memberikan penjelasan tentang kota Bandung, mulai dari sejarah sampai situasi terkini.

Bandros memiliki bentuk transportasi yang unik dan setiap hari beroperasi membuat Bandros menjadi populer di kalangan wisatawan. Berkaitan dengan data tabel 1. di atas yang menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bandung cukup banyak, Bandros pun sempat menambah jumlah armadanya. Tak hanya itu, rute yang dibuat pun menjadi lebih beragam. Dengan

membuka 5 koridor, cakupan wisata kota Bandros cukup luas; rute kuning dengan rute mengelilingi pusat kota, rute ungu mengelilingi dari wilayah timur kota dengan tujuan ke pusat kota, rute pink mengelilingi dari wilayah tengah menuju utara, rute hijau mengelilingi dari wilayah utara menuju pusat kota, dan rute biru mengelilingi dari wilayah selatan menuju pusat kota.

Dengan rute yang cukup luas, materi interpretasi yang dimiliki seorang pemandu wisata pun harus luas. Interpretasi wisata menurut Sharpe (1982) adalah suatu kegiatan komunikasi berulang antara pengunjung dan sumber daya yang ada. Interpretasi wisata melibatkan tiga pihak, yaitu pengunjung, objek interpretasi dan media interpretasi (Nugroho, 2019). Teknik interpretasi (Sharpe, 1982) terdapat dua bagian, yaitu teknik tidak langsung dan langsung. Juga yang dilakukan oleh para pemandu wisata di Bandros adalah teknik interpretasi secara langsung, dimana teknik yang melibatkan *interpreter* dan pengunjung dengan objek interpretasi secara langsung dapat dilihat, didengarkan, dicium, dan diraba.

Interpretasi sendiri adalah suatu bentuk pelayanan dalam dunia pariwisata, dan pelayanan yang sukses juga pasti membuat wisatawan yang mendengarkan merasa puas (Shalaginova, 2012). Kepuasan wisatawan adalah perasaan yang timbul atas perbandingan persepsi atas ekspektasi (Kotler & Keller, 2009). Menurut Ham dan Weiler (2002), interpretasi berkontribusi atas kepuasan wisatawan, dan penelitian dalam bentuk pariwisata lainnya adalah kepuasan wisatawan juga berkontribusi dalam pengiklanan secara lisan atau mulut ke mulut dan membantu siklus kedatangan wisatawan

berkunjung, dan semuanya berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi. Untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pengunjung, suatu program interpretasi yang dilengkapi dengan berbagai tipe media sangat diperlukan, interpretasi juga membantu pengunjung dalam mengembangkan apresiasi juga pengertian atas objek interpretasi di suatu kawasan atau destinasi, hingga wisatawan mendapat kepuasan dan pengalaman maupun pengetahuan baru (Nugroho, 2019).

Juga tujuan interpretasi bukanlah instruksi, melainkan provokasi yang tujuan utamanya memberikan kepuasan pada pengunjung (Jumail, 2017). Menurut Hadinoto (1996), ada tiga unsur interpretasi, yaitu, unsur pengunjung yang dijadikan sasaran dari perencanaan interpretasi, unsur objek interpretasi yang berada dalam kawasan wisata untuk diinterpretasikan oleh pemandu wisata, dan unsur pemandu wisata yang mampu menginterpretasikan objek dengan baik adalah penting dalam menimbulkan kepuasan wisatawan yang bernilai tinggi. Dalam hal ini pemandu wisata yang berperan sebagai *interpreter* memberikan informasi terkait objek dengan kemampuan interpretasinya agar wisatawan dapat tergugah rasa penasaran dan ketertarikannya dengan objek.

Dalam pelaksanaan suatu pelayanan, bagi penyedia jasa pelayanan merupakan hal yang harus dikerjakan dengan baik. Pelayanan baik dapat dikatakan oleh konsumen (wisatawan) yang telah merasakannya. Kualitas suatu interpretasi menjadi penting karena mampu memberikan kepuasan bagi wisatawan dengan hasil perilaku lisan seperti, kritik, saran, dan pertukaran

atau perpindahan (Yaves et al, 2004 dalam Sumarto, (2007)). Juga, Ham dan Weiler (2002) sepakat bahwa, kualitas interpretasi yang tinggi adalah kontributor utama untuk kepuasan wisatawan. Di mana kualitas interpretasi juga sangat dipengaruhi oleh dimensi *thematic, organized, relevant,* dan *enjoyable* (Ham S. , 2013). Dalam hal ini, dengan Bandros yang telah memiliki pengalaman dalam melaksanakan wisata kota di Bandung selama kurang lebih 2 tahun menggunakan pemandu wisata sebagai representatif Bandros dalam menjelaskan dan menginterpretasikan Kota Bandung.

TABEL 2
JUMLAH WISATAWAN BANDUNG TOUR ON BUS

	2018	2019	2020	Jumlah
Januari	belum	12127	13816	25943
Februari	3440	9356	8594	21390
Maret	9199	9600	5177	23976
April	11899	16265	PSBB	28164
Mei	9227	7109	PSBB	16336
Juni	12909	18111	1632	32652
Juli	15542	16550	4514	36606
Agustus	10021	8430	6827	25278
September	10351	9260	2828	22439
Oktober	11802	9398	1690	22890
November	10396	7279	5078	22753
Desember	17363	17086	2392	36841
Sub Total	122149	140571	52548	
TOTAL				315268 *

Sumber: Kantor Dinas Perhubungan Kota Bandung, 2018-2020

*orang

Bandros yang diteliti adalah Bandros yang dikelola di bawah Dinas Perhubungan Kota Bandung. Penelitian dan data yang dicantumkan tidak mencakup Bandros yang dikelola oleh pihak *Corporate Social Responsibility*

(CSR) atau yang dikelola oleh masyarakat dikarenakan belum maksimalnya pelayanan selama periode pandemi Covid-19.

Sesuai dengan data jumlah wisatawan Bandros di atas, peminat untuk mengikuti wisata kota bersama Bandros cukup banyak. Untuk tahun pertama, sudah menarik perhatian lebih dari 122 ribu orang untuk, dan di tahun 2019 naik kurang lebih sebesar 15% atau naik 18 ribu orang.

Sayang sekali pandemi Covid-19 melanda Indonesia dan ikut mempengaruhi dunia pariwisata khususnya Bandung dan menurunkan jumlah wisatawan sebesar 63% di tahun 2020. Bandros harus memberhentikan sementara operasi selama 2 bulan (April-Mei 2020) karena adanya Program Sosial Berskala Besar (PSBB). Di bulan Juni 2020, mulai beroperasi lagi dengan menerapkan protokol kesehatan, yang juga turut menurunkan jumlah wisatawan karena yang awalnya 1 bus Bandros bisa menampung sampai 20 orang wisatawan, harus turun menjadi maksimal 12 orang wisatawan. Juga dengan koridor yang berjalan hanya menjadi 1 koridor dengan 2 tempat titik naik (*shelter*), yaitu terletak di Alun-alun Bandung dan seberang Museum Geologi.

Sesuai dengan penuturan Jakpar *et al.* (2012) bahwa kepuasan pelanggan akan berakhir dengan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk. Pada hasil penelitian kualitas pelayanan Bandros, diketahui bahwa pelayanan sudah transparan dan kondisi kendaraan baik, namun masih banyak yang perlu diperbaiki dalam bidang kebersihan dan bidang marketing kurang banyak partisipasinya (Dede, 2020).

Dengan adanya penelitian terhadap tingkat kepuasan wisatawan terhadap interpretasi pemandu wisata di Bandros, diharapkan wisatawan akan melakukan kunjungan ulang dengan harapan yang sama atau lebih baik. Juga sebagai bahan evaluasi terhadap pemandu wisata yang berperan sebagai *interpreter* materi bahasan pemanduan wisata Kota Bandung. Dengan demikian, berdasarkan uraian di atas, peneliti mengajukan judul “Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Kualitas Interpretasi Pemandu Wisata di Bandung *Tour on Bus*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, peneliti menyimpulkan rumusan masalah, yaitu: “Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas interpretasi pemandu wisata di *Bandung Tour on Bus*”. Dengan penjabaran identifikasi masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas interpretasi dimensi *theme* di Bandros?
2. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas interpretasi dimensi *organized* di Bandros?
3. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas interpretasi dimensi *relevant* di Bandros?
4. Bagaimana tingkat kepuasan wisatawan terhadap kualitas interpretasi dimensi *enjoyable* di Bandros?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan yang wisatawan hadapi terhadap interpretasi pemandu wisatawan Bandung *Tour on Bus* dan mengetahui dimensi kualitas interpretasi (*theme, organized, relevant, enjoyable*) yang perlu diperbaiki dan dipertahankan.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberi manfaat seperti berikut:

1. Manfaat teoritis

Peneliti dapat memberi kontribusi kepada perkembangan ilmu pengetahuan bidang pariwisata khususnya pada ilmu kualitas interpretasi (*theme, organized, relevant, enjoyable*).

2. Manfaat praktis

Peneliti diharapkan dapat memberikan data kepuasan wisatawan atas kualitas interpretasi kepada pihak Bandung *Tour on Bus*, agar dapat meningkatkan atau tetap melanjutkan pelayanan interpretasi. Bermanfaat bagi pemandu wisata Bandung *Tour on Bus* agar hasil tingkat kepuasan penelitian bisa menjadi acuan dan motivasi agar dapat mencapai kepuasan yang baik bagi wisatawan. Juga bermanfaat dalam berpikiran kritis dan sistematis bagi peneliti.