

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia pariwisata mengalami perkembangan signifikan pada beberapa tahun terakhir dan memberikan dampak perkembangan bagi suatu negara. Selain meningkatkan cadangan devisa, pariwisata juga memiliki peran dalam memperluas tersedianya lapangan kerja, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesejahteraan masyarakat, kemiskinan, dan pemerataan pembangunan. Sektor pariwisata Indonesia setelah pandemi COVID-19 berfokus pada pemulihan ekonomi nasional, pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memperlihatkan kemajuan dan sisi terang.

Pada semester I-2023 Indonesia mengalami peningkatan jumlah pergerakan wisatawan lokal dan kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia. Jumlah pergerakan mencapai 433,57 juta perjalanan, atau naik 12,57% dari 2022. Sedangkan, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara per-juli 2023 mencapai 6,31 juta kunjungan atau naik 196,85% dibandingkan 2022 (Kemenparekraf, 2023). Peningkatan angka jumlah pergerakan wisatawan ini menjadi peluang bagi kemajuan ekonomi Indonesia. Hal ini berkaitan dengan keberadaan pasar wisatawan sebagai pendorong pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia.

Keberadaan Kota Bandung yang merupakan Ibukota Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat dan merupakan lokasi Kotamadya, Kota Bandung terbilang sebagai lokasi yang cukup strategis dilihat dari segi komunikasi, perekonomian maupun

keamanan. Hal ini disebabkan karena Kota Bandung terletak pada poros jalan raya yang mana pada bagian barat timur Kota Bandung menjadi daerah yang memudahkan hubungan dengan Ibukota Negara DKI Jakarta. Dan memiliki letak yang tidak terisolasi sehingga memudahkan bagi orang-orang bergerak ke setiap penjuru Kota Bandung (Bandung.go.id, 2016). Kemudahan akan letak strategis Kota Bandung menjadi potensi yang sangat besar di bidang pariwisata.

Perkembangan pariwisata di Kota Bandung cukup pesat pada tahun 2023. Sebagaimana data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung sampai bulan juni pada tahun 2023 mencatat sebanyak 2.252.966 wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung. Pada triwulan pertama 2023 jumlah wisatawan yang berkunjung mencapai 1.422.672 orang (Portal Bandung, 2023). Angka kunjungan ini mencakup pada wisatawan domestik dan mulai merambah pada wisatawan yang berasal dari luar pulau atau provinsi lain. Bahkan pada hari kerja maupun libur, Kota Bandung terus memperoleh kunjungan dari wisatawan yang cukup besar.

Peningkatan angka kunjungan wisatawan ke Kota Bandung didukung oleh keberagaman objek wisata yang meliputi objek wisata alam, budaya/religius, belanja dan kuliner dan sejarah. Hal ini tentu sejalan dengan Perda No 01 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2012-2025. Kota Bandung berusaha menjadi destinasi pariwisata yang mampu memenuhi kebutuhan rekreasi dan pengembangan potensi masyarakat daerah.

Kajian pemetaan potensi ekonomi kreatif pada lokasi kampung wisata yang dirintis oleh Kota Bandung pada website Patrakomala (2023), menyebutkan bahwa

terdapat lima jenis aktivitas pariwisata utama yang dipromosikan Kota Bandung sebagai kota wisata. Wisata tersebut meliputi wisata edukasi, wisata belanja dan kuliner, wisata sejarah, wisata olahraga dan MICE (*Meeting, Incentive, convention and exhibition*). Keberagaman jenis atraksi wisata tersebut dilakukan sebagai upaya pemerintah Kota Bandung dalam pengembangan sektor wisata di Kota Bandung.

Menurut Agustiani, Sumarsih dan Ervina (2018), menyebutkan bahwa Wisata edukasi di Kota Bandung merupakan salah satu jenis daya tarik wisata yang mulai digemari oleh masyarakat baik dalam kota maupun luar Kota Bandung, khususnya akan kebutuhan terkait pendidikan yang dilakukan secara *outdoor* dan berbagai fasilitas yang menunjang aktivitas pendidikan yang ada di Kota Bandung. Objek wisata edukasi yang terdapat di Kota Bandung antara lain adalah daya tarik wisata Museum (Museum Geologi, Museum Konferensi Asia-Afrika, Museum Pos Indonesia, Museum Mandala Wangsit Siliwangi, Museum Sri Baduga, Museum Barli, dll), Wisata Pengetahuan Alam (Bandung Science Centre), berbagai institusi pendidikan (Institut Teknologi Bandung, Universitas Padjadjaran, dll), dan Wisata Taman Kota (Taman Lalu Lintas, Gasibu, dan Kebun Binatang).

Namun fenomena yang terjadi di Kota Bandung, wisatawan yang berkunjung cenderung melakukan wisata kuliner, wisata belanja dan wisata alam dibandingkan untuk melakukan wisata edukasi. Sedangkan dilihat berdasarkan potensi wisata yang dimiliki Kota Bandung, tidak menutup kemungkinan Kota Bandung dapat berkembang dan terkenal dengan wisata edukasi, hal ini menurut Agustiani (2018), Kota Bandung merupakan salah satu kota pendidikan di Indonesia, sehingga wisata

edukasi perlu dikembangkan sebagai cermin yang menunjukkan Bandung sebagai kota pendidikan.

Dalam mengembangkan minat wisatawan terhadap wisata edukasi (*educational tourism*) maka perlu adanya pengembangan, peningkatan, program wisata edukasi sebagaimana tercatat pada Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 1 tahun 2013, Kota Bandung merancang pengembangan daya tarik wisata alam perkotaan yang edukatif, seni dan budaya tradisional yang kreatif, industri kreatif yang berwawasan lingkungan serta ilmu pengetahuan dan teknologi yang kreatif, baik bagi wisatawan maupun masyarakat.

Destinasi wisata berbasis edukasi yang dikelola dengan baik dapat memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat di Kota Bandung. pengembangan destinasi wisata tersebut dapat memberikan peluang lapangan kerja dan meningkatkan perekonomian lokal. Meskipun demikian, terdapat banyak destinasi wisata di Indonesia, khususnya di Kota Bandung yang belum memanfaatkan potensi edukasinya secara optimal. Oleh karena itu, perlu adanya usaha untuk meningkatkan kesadaran dan pengembangan destinasi wisata yang berbasis edukasi di Kota Bandung, terutama sebagai dukungan bagi pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini penting dilakukan mengingat keberadaan Kota Bandung yang memiliki beragam objek wisata edukasi.

Salah satu objek pariwisata berbasis edukasi yang ada di Kota Bandung adalah museum nasional bersejarah yaitu Museum Geologi Bandung. Museum yang terletak di Jl. Diponegoro No.57, Kota Bandung Jawa Barat ini memiliki kekhasan sebagai museum geologi tertua yang ada di Indonesia. Keberadaan

museum ini memiliki kaitan erat dengan penelitian geologi yang dilakukan di Indonesia mulai tahun 1850-an. Selain sebagai tempat tujuan wisata, Museum Geologi Bandung seringkali dijadikan objek wisata penelitian oleh berbagai instansi pendidikan dari segala tingkatan pendidikan baik itu dalam daerah maupun dari luar Kota Bandung. Hal tersebut dikarenakan Museum Geologi Bandung memiliki berbagai koleksi yang memiliki nilai wawasan berharga mengenai sejarah peradaban manusia dan lingkungan sekitarnya. Museum ini juga menjadi salah satu objek wisata museum yang paling banyak dikunjungi di Kota Bandung.

Tabel 1. 1. Data Kunjungan ke Museum di Kota Bandung Tahun 2018

No.	Nama Museum	Total Pengunjung Tahun 2018
1	Museum Geologi	500.713
2	Museum Sri Baduga	85.709
3	Museum Konferensi Asia-Afrika	217.755
4	Museum Mandala Wangsit	13.486
5	Museum Pos Indonesia	84.583
6	Museum Museum Kota Bandung	14.115
7	Museum Pendidikan Nasional	35.369
8	Museum Barli	299
9	Museum Gedung Sate	114.058

Sumber : olahan penelitian Ridha Nabilah, 2019

Berdasarkan data pada tabel, jumlah kunjungan pada tahun 2018 Museum Geologi Bandung berjumlah 500.713, jumlah kunjungan museum Sri Baduga berjumlah 85.709, Museum Konferensi Asia-Afrika berjumlah 217.755, Museum Mandala Wangsit berjumlah 13.486, Museum Pos Indonesia berjumlah 84.583, Museum Pendidikan Nasional berjumlah 35.369, Museum Barli berjumlah 299 dan Museum Gedung Sate berjumlah 114.058. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2018 total ini memperlihatkan bahwa Museum Geologi merupakan Museum dengan wisatawan terbanyak. Jumlah wisatawan Museum Geologi inilah

yang digunakan sebagai salah satu alasan tempat ini dijadikan sebagai objek yang akan diteliti dipenelitian ini.

Tabel 1. 2. Data Kunjungan Museum Geologi Bandung Tahun 2018

No.	Kategori Pengunjung	Total Pengunjung Museum Geologi Bandung Tahun 2018
1	Pelajar	455.975
2	Umum	36.797
3	Asing	3.278
4	Tamu Khusus	4.717
Total Pengunjung		500.767

Sumber : olahan penelitian Lasmana, 2022

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa Museum Geologi Bandung ini memiliki angka kunjungan yang relatif meningkat di dekade terakhir.

*“Tahun 2018 total pengunjung Museum Geologi mengalami peningkatan dimana total pengunjung yang datang ke Museum Geologi adalah 500.767”*. Lasmana, 2022. Halaman 64.

Jumlah kunjungan wisatawan tersebut merupakan jumlah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan dengan berbagai karakteristik dan latar belakang yang berbeda. Hal ini terlihat dari perbedaan dasar tujuan kunjungan antara wisatawan yang menjadikan Museum Geologi Bandung menjadi salah satu bagian dari destinasi untuk tujuan wisata rekreasi dan wisatawan yang menjadikan objek ini menjadi objek wisata edukasi. Selain itu, jumlah kunjungan ini juga memberikan keberagaman karakter baik itu karakteristik demografis, geografis maupun psikografis pada wisatawan berkaitan dengan usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pendapatan, minat dan tujuan kunjungan wisatawan di Kota Bandung melalui *entry point* Museum Geologi Bandung

Selain itu, angka kunjungan yang tinggi pada Museum Geologi juga dapat memberikan pola pergerakan perjalanan ke destinasi wisata lain atau menjadikan Museum Geologi menjadi salah satu multi-destinasi yang dilakukan oleh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut. Hal ini dapat terjadi karena perbedaan tujuan perjalanan wisatawan. Wisatawan dapat melakukan perjalanan ke daerah yang benar-benar berbeda dan melakukan perjalanan ke sejumlah tempat di setiap daerah. Pergerakan perjalanan disebabkan juga adanya beberapa destinasi yang menarik wisatawan tersebut untuk melakukan perjalanan wisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan pola perjalanan multi-destinasi dapat memberikan gambaran pada pengelola destinasi untuk dapat mengembangkan atraksi-atraksi baru, dari perkembangan inilah yang menjadi peluang lama tinggal wisatawan dapat meningkat dan diikuti dengan peningkatan pengeluaran/belanja wisatawan.

Keberadaan karakteristik wisatawan berdasarkan sosioekonomi, demografis, psikografis, perilaku, keuangan dan perjalanan menjadi faktor yang mempengaruhi pengeluaran wisatawan. Karakteristik dapat memainkan peran penting dalam membentuk pengeluaran perjalanan dikarenakan pengeluaran sangat bervariasi tergantung pada tujuan perjalanan, wilayah asal, persepsi terhadap peristiwa, lama tinggal dan usia. Selain itu pola perjalanan yang merupakan identifikasi dari moda transportasi, tujuan liburan, jarak perjalanan, dan waktu liburan merupakan elemen penting yang mempengaruhi pengeluaran pengunjung.

Pengeluaran wisatawan di Kota Bandung melalui *entry point* Museum Geologi Bandung dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, seperti pengeluaran untuk akomodasi, transportasi, makan dan minum, penginapan dan

belanja lainya seperti *cinderamata* maupun biaya parkir. Beberapa wisatawan yang berasal dari luar Kota Bandung dan melakukan aktivitas menginap akan memberikan kontribusi pada penerimaan masyarakat sekitar objek wisata. seperti penelitian yang dilakukan oleh Horas Djulius dan Bilal Fajar N (2019), wisatawan asal Malaysia di Kota Bandung melakukan perjalanan wisata selama 3 hari 2 malam, dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp 4 Juta- Rp 5 Juta per orang. Pengeluaran tersebut diantaranya pengeluaran untuk kebutuhan penginapan, makan dan minum, transportasi dan belanja.

Perhitungan pengeluaran wisata merupakan komponen penting untuk menunjukkan secara nyata nilai pariwisata bagi suatu daerah, sebagai gambaran dampak spesifik pariwisata bagi ekonomi lokal seperti rumah tangga, usaha masyarakat lokal, perekonomian daerah dan sebagainya. serta sebagai dasar merencanakan fasilitas atau atraksi wisata baru, menggambarkan dampak pariwisata terhadap penerimaan ekonomi seperti gaji/upah, pekerjaan dan yang lebih.

Melihat besarnya kunjungan wisata di Museum Geologi yang memiliki peluang untuk pertumbuhan ekonomi, maka perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk melakukan analisis terhadap karakteristik, pola perjalanan dan belanja wisatawan yang datang. Rencana pengembangan pariwisata yang juga tertuang di RPJMD, RKPD dan RIPPDA harus didukung oleh data-data riset yang kuat yang dijadikan sebagai basis/acuan pengembangan pariwisata lebih lanjut. Hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 01 Tahun 2013 Bab V (lima)



bagian kelima mengenai strategi pembangunan pemasaran pariwisata pasal 16 (g) yang menyebutkan bahwa dalam melaksanakan strategi pembangunan pariwisata Kota Bandung, dilaksanakan dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang karakteristik, kebutuhan, dan preferensi pasar pariwisata utama dan potensial agar dapat memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan, serta mendapatkan tingkat kepuasan yang tinggi dari wisatawan. Dengan adanya tingkat kepuasan yang tinggi memberikan potensi *repeater*, artinya wisatawan yang datang lebih dari satu kali yang mencerminkan kuatnya daya tarik wisata sehingga tidak ada bosan-bosannya untuk dikunjungi.

Selain analisis karakteristik, untuk mendukung pengembangan pariwisata, diperlukan juga adanya analisis pola perjalanan dan pengeluaran wisatawan sebagaimana tertuang pada program pembangunan pemasaran pariwisata Kota Bandung 2012-2025, yaitu:

1. Sasaran mengembangkan pasar pariwisata Daerah diarahkan pada pasar pariwisata berkualitas, yaitu pasar pariwisata dengan lama tinggal yang panjang, pengeluaran berwisata yang besar, serta kesadaran terhadap kelestarian alam dan budaya yang tinggi dengan indikasi program yaitu Penelitian karakteristik dan preferensi kebutuhan pasar wisatawan kepada komunitas-komunitas hobi, dan komunitas lainnya;
2. Strategi menetapkan target jumlah wisatawan berdasarkan pertimbangan rata-rata jumlah kunjungan wisatawan Kota Bandung selama 10 (sepuluh) tahun, target pertumbuhan wisatawan nasional, serta kajian terhadap dampak dari perkembangan pariwisata Daerah. Dengan indikasi strategi

Penelitian pasar wisatawan meliputi karakteristik demografis wisatawan, dan pola perjalanan wisatawan ke Kota Bandung, lingkup regional dan nasional.

Analisis pengunjung/wisatawan salah satu objek wisata Kota Bandung dalam hal ini Museum Geologi Bandung sangat penting dalam hubungannya dengan perencanaan, diversifikasi objek wisata, daya dukung objek, analisis kecenderungan (*trend analysis*), analisis segmentasi pasar, strategi pemasaran, dan sebagainya. Analisis ini juga sangat baik apabila dilakukan secara berkala untuk memprediksi kecenderungan/*trend* yang muncul di objek wisata. Data pengunjung yang lengkap dan komprehensif serta konsisten akan sangat diperlukan, baik itu oleh pengelola, lembaga-lembaga riset, maupun pemerintah setempat untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap objek wisata. Hasil dari identifikasi terhadap wisatawan dapat memberikan gambaran terkait kebutuhan pasar. Minat dan pola konsumsi wisatawan dapat dikontrol, ragam atraksi juga dapat dipersiapkan sejak dini, akomodasi dan aksesibilitas sarana transportasi ditata rapi dan ketersediaan produk oleh-oleh dan *cinderamata* menjadi komponen wajib di setiap objek wisata (Damasdino, 2015).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh stefko, dzuka dan lacny (2022), yang mendapatkan hasil penelitian bahwa karakteristik wisatawan berdasarkan pendapatan, pembelian paket liburan, jumlah rombongan perjalanan dan durasi menginap berpengaruh signifikan terhadap pengeluaran selama berwisata. meskipun usia masih ambigu untuk ditentukan berpengaruh atau

tidaknya, namun wisatawan lanjut usia lebih besar menghabiskan uang dan wisatawan muda memiliki pengeluaran lebih tinggi.

Karakter wisatawan, pola perjalanan dan pengeluaran wisatawan di suatu objek wisata dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap pariwisata secara menyeluruh. Analisis karakteristik, pola perjalanan dan pengeluaran wisatawan sangat berhubungan dengan arah kebijakan mengenai perencanaan, diversifikasi objek wisata, daya dukung objek, analisis kecenderungan (*trend analysis*), analisis segmentasi pasar dan strategi promosi pemasaran.

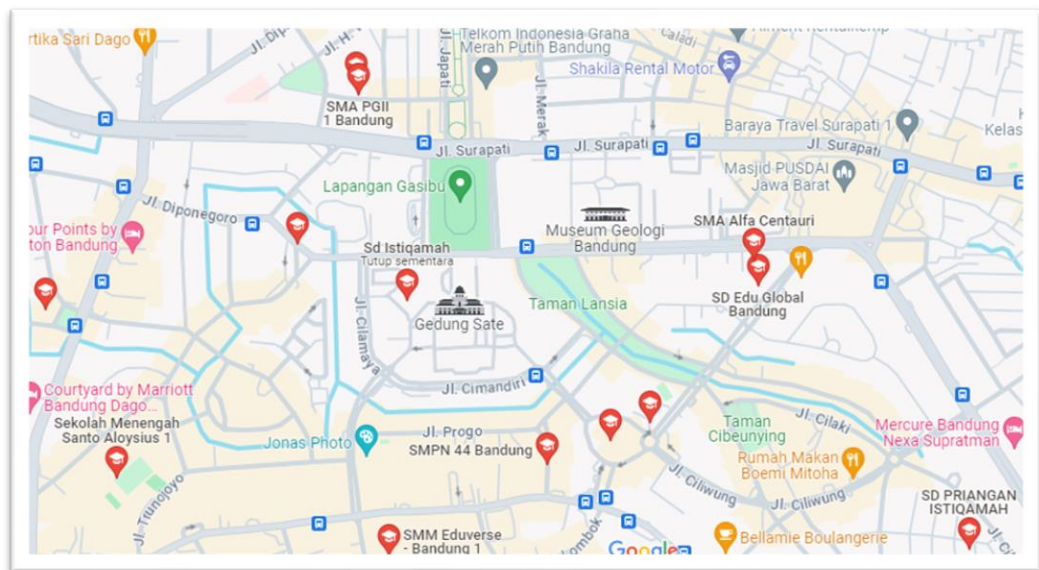
Namun permasalahan pada aspek pariwisata Kota Bandung, keberadaan Museum Geologi Bandung bukanlah milik pemerintah Kota Bandung (Insan Kamil, Jum'at 2 Februari 2024). Museum Geologi merupakan objek wisata yang dikelola di bawah Badan Geologi, Kementerian Energi dan Sumberdaya Mineral berdasarkan peraturan menteri Energi dan Sumberdaya Mineral Nomor 12 Tahun 2013 (Kemendikbud, 2024). Sehingga keberadaan Museum Geologi tidak memberikan kontribusi secara langsung dalam hal ini merupakan retribusi pendapatan bagi Kota Bandung. Sebagaimana pada wawancara pertama kepada koordinator bagian program data dan informasi yaitu Bapak Muhammad Insan Kamil dengan uraian hasil wawancara sebagai berikut:

*“Sebetulnya, kontribusi terhadap pendapatan daerahnya gak direct, gak langsung. Karena dia bukan milik pemerintah kota dia (Museum Geologi Bandung)ga punya retribusi. Tapi dari mana? Kalau dia (Museum Geologi Bandung) bawa tamu, ada parkir, ada retribusi parkir...itu. Kedua, kalau dia (Museum Geologi Bandung) bawa tamu, tamu ini kalau datang dari jauh ga mungkin cuma liat Museum, dia (wisatawan Museum Geologi Bandung) mau makan kan? Dia (wisatawan Museum Geologi Bandung) bakal makan di Kota Bandung. restorannya, restoran kita (restoran di Kota Bandung) itu akan kebantu, kalau ke Bandung karena rombongan dari jauh, ga mungkin sehari, dia (wisatawan*

*Museum Geologi Bandung) bakal nginep, begitu. Apakah mereka akan nginep di Lembang ataupun di Ciwidey? Ada hotel di sana, tapi ga ada yang sebagus hotel-hotel Bandung. Jadi, dengan hadirnya Museum Geologi itu tuh kalau kontribusi direct langsung...enggak. Tapi bisa secara indirect dia (wisatawan Museum Geologi Bandung) memberikan banyak kontribusi karena sifatnya wisata itu multiplier effect nya tinggi. Datang parkir, ngasih makan, ngasih hotel, masa sih ke Bandung ga Jajan? Jajan dong, jajan seblak, jajan kaos, jajan souvenir... ” Muhammad Insan Kamil, Jum’at, 2 Februari 2024.*

Hal tersebut tentu menjadi perhatian khusus bagi Kota Bandung untuk memanfaatkan keberadaan wisata edukasi Museum Geologi Bandung untuk dikelola dengan baik agar wisatawan tidak hanya berlalu-lalang tanpa memanfaatkan peluang bagi perekonomian di Kota Bandung.

Berkaitan dengan angka kunjungan yang tinggi dengan keberagaman karakteristik dan pola perjalanan, objek wisata Museum Geologi Bandung juga memberikan efek kemacetan. Hal ini dikarenakan selain adanya mobilitas wisatawan yang berkunjung ke Museum Geologi Bandung dan kendaraan rombongan wisata seperti bus, kemacetan juga disebabkan adanya keberagaman fungsi di sekitar objek wisata, yaitu, fungsi pendidikan, perkantoran dan pemerintahan, fungsi peribadatan dan fasilitas publik.



Sumber : Google Maps

Gambar 1. 1. Persebaran Fungsi Pendidikan Sekitar Kawasan Museum Geologi Bandung

Berdasarkan Gambar 1.1. menunjukkan bahwa di sekitar kawasan Museum Geologi Bandung terdapat beberapa sekolah yang memungkinkan adanya mobilitas di daerah kawasan Museum Geologi Bandung. Sekolah-sekolah tersebut diantaranya adalah SMA Alfa Centauri, SMA Edu Global Bandung, SD Istiqamah, Pkbn Amanah, SMA Negeri 20 Bandung, SMPN 44 Bandung. Selain sekolah, terdapat fasilitas publik seperti Lapangan Gasibu dan Taman Lansia dan perkantoran seperti Kantor Gubernur, kantor Badan Geologi Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, Kantor Pusat Air Tanah dan Geologi Tata Lingkungan, dan fungsi peribadatan seperti Masjid PUSDAI Jawa Barat.

Selain itu, berdasarkan observasi awal penulis, keberadaan penjual makanan kaki lima yang berada di depan gerbang Museum Geologi masih belum masuk dalam kategori tertib. Dimana pedagang kaki lima menjual barang dagangan

mereka tepat di sekitar kiri dan kanan gerbang masuk Museum Geologi Bandung. masih terdapat para pengunjung yang bukan merupakan wisatawan memarkirkan kendaraan mereka di sisi jalan lalu lintas.

Dengan adanya permasalahan-permasalahan seperti penjelasan diatas, penyusunan kebijakan dan strategi pengembangan fasilitas pendukung dan aksesibilitas perlu dilakukan pada objek wisata ini. Sehingga dapat terciptanya kenyamanan dan meminimalisir hambatan dalam proses mengembangkan daya tarik dan angka kunjungan wisatawan. Dalam mengembangkan potensi museum tersebut, sebuah objek wisata perlu diketahui mengenai SWOT (*strengthness, Weakness, Opportunity, dan Threathness*) sehingga dapat digunakan untuk mengembangkan Museum Geologi Bandung sebagai aset pemerintah dan potensi wisata.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dibahas diatas mengenai kunjungan wisatawan, pengeluaran wisatawan dan pola kunjungan wisata yang dapat digunakan untuk mengukur dampak pariwisata terhadap perekonomian setempat, sehingga berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan dengan judul **“PEMETAAN KARAKTERISTIK DAN BELANJA WISATAWAN DI KOTA BANDUNG MELALUI ENTRY POINT MUSEUM GEOLOGI BANDUNG”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya kegiatan belanja wisatawan oleh wisatawan : pengeluaran wisatawan merupakan aspek menguntungkan bagi penerimaan daerah. Karakteristik wisatawan utamanya demografi memiliki pengaruh pada keputusan pembelanjaan. Sehingga pemerintah daerah perlu mempertimbangkan karakteristik dalam merumuskan pemasaran dan kebijakan pariwisata. Selain itu diperlukan adanya toko atau tempat belanja sekitar objek wisata yang mendukung wisatawan untuk melakukan kegiatan konsumsi di objek wisata tersebut. Tidak tersedianya toko atau tempat belanja menyebabkan kurangnya kegiatan konsumsi di objek wisata Museum Geologi Bandung.
2. Terbatasnya sarana pokok dan sarana penunjang : tingkat kenyamanan wisatawan bergantung pada tersedianya fasilitas dalam objek wisata. baik itu sarana pokok maupun sarana penunjang. Sarana tersebut antara lain : objek dan daya tarik wisata, transportasi dan infrastruktur, akomodasi, usaha makanan dan minum dan jasa pendukung lainnya. Terbatasnya sarana pokok dan penunjang dapat berdampak negatif pada kenyamanan wisatawan dan lama tinggal wisatawan.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung?
2. Bagaimana pola kunjungan wisata di Bandung dari para wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung?
3. Berapa belanja wisatawan dari wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung?
4. Bagaimana problematika yang dihadapi Pemerintah Kota Bandung dan pengelola Museum Geologi Bandung dalam melayani wisatawan tersebut?
5. Bagaimana strategi pemangku kepentingan dalam mengatasi problematika tersebut?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data-data dan informasi yang berkaitan erat dengan masalah yang akan dibahas. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan karakteristik wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung.
2. Mendeskripsikan pola perjalanan wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung.



3. Menganalisa belanja wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung.
4. Mendeskripsikan problematika yang dihadapi Pemerintah Kota Bandung dan pengelola Museum Geologi Kota Bandung dalam melayani wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung.
5. Mendeskripsikan strategi pemangku kepentingan dalam mengatasi problematika yang dihadapi Pemerintah Kota Bandung dan pengelola Museum Geologi Kota Bandung dalam melayani wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian secara teoritis ini bermanfaat bagi pembaca diantaranya pengetahuan, wawasan dan pemikiran yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan pendidikan. Khususnya mengenai ilmu yang berkaitan dengan pemetaan karakteristik dan belanja wisatawan pada suatu lokasi wisata.

### **1.5.2. Kegunaan Praktis**

Hasil pembahasan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian praktis bagi pemangku pengelola wisata terutama pengelola Museum Geologi Bandung dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (DISBUDPAR) Kota Bandung sehingga dapat memaksimalkan strategi yang perlu dilakukan dalam pengelolaan wisata, khususnya untuk mengetahui nilai belanja wisatawan, selain itu sebagai sumber

informasi dan bahan acuan dalam menentukan strategi yang berkaitan dengan pengelolaan tempat-tempat dimana wisatawan membelanjakan atau melakukan pengeluaran.

#### **1.6. Batasan Masalah Penelitian**

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan adanya kekeliruan maupun bahasan yang melebar dari inti masalah sehingga penelitian dapat lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan yang akan dicapai terlaksana. Beberapa batasan masalah dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ruang lingkup penelitian ini adalah yang berhubungan dengan karakteristik, pola kunjungan, nilai belanja, problematika dan strategi yang berkaitan dengan Museum Geologi Bandung.
2. Penelitian ini difokuskan pada wisatawan yang berkunjung di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung, *stakeholder* Museum Geologi Bandung, pemerintah Kota Bandung (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung), biro perjalanan wisata/ *travel agent*.
3. Problematika pada penelitian ini adalah problematika yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Bandung dan Pengelola Museum Geologi Bandung dalam melayani wisatawan di Kota Bandung melalui *entry point* Museum Geologi Bandung.