

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar dan terkuat dalam kegiatan perekonomian dunia. Karena sektor pariwisata mampu memberikan keuntungan bagi suatu negara, yaitu mampu memberikan devisa negara yang cukup besar, selain itu juga dapat membuka lapangan kerja baru yang dapat menekan angka pengangguran serta dapat memperkenalkan budaya negara ke dunia luar. Pariwisata adalah kegiatan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu dengan tujuan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau liburan serta tujuan lainnya (Meyers, 2009). Sedangkan pariwisata menurut Gamal (2002) ialah suatu proses kepergian sementara dari seseorang, lebih menuju ke tempat lain diluar tempat tinggalnya. Menurut Richardson dan Fluker (2004) pariwisata adalah kegiatan atau orang, berpergian dan tinggal di tempat luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis dan tujuan lainnya. Jadi kesimpulannya dapat di definisikan pariwisata adalah proses kegiatan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan dikuar lingkungan biasa mereka tinggal dan tujuan tertentu. Kegiatan pariwisata saat ini telah menjadi fenomena yang mendunia yang menjadi sasaran semua kalangan untuk menghabiskan waktu luangnya baik bersama keluarga, teman atau kerabat.

Satu tahun sejak awal merebaknya pandemi *Covid-19* di Indonesia, industri pariwisata dan perhotelan menjadi salah satu sektor usaha yang paling terdampak cukup berat. Lamanya masa pandemi *Covid-19* membuat sebagian orang merasa jenuh karena harus tinggal di rumah untuk sekian lama. Akibat pandemi orang harus membatasi berbagai aktivitas di luar rumah untuk mengurangi resiko paparan *Covid-19*. Selain itu adanya pembatasan perjalanan, persyaratan ketat untuk menggunakan transportasi

umum, hingga terus meningkatnya kasus terinfeksi *Covid-19* yang membuat banyak orang juga berpikir dua kali untuk bepergian keluar rumah.

Salah satu sektor pariwisata yang terdampak dari masa pandemi ini adalah desa wisata, desa wisata adalah suatu wujud integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang disajikan dalam bentuk suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti,1993). Berdasarkan hasil survei di lokasi penelitian yaitu di desa cisaat Subang Jawa Barat pada tanggal 12 juni 2021, melalui wawancara yang dilakukan kepada kepala desa di desa tersebut yaitu dengan bapak Suryana, beliau mengatakan bahwa akibat dari masa pandemi saat ini memang berpengaruh pada kegiatan wisata di desa wisata ini, selama masa pandemi pihak pengelola desa wisata terpaksa harus menahan diri untuk menerima wisatawan yang ingin berkunjung ke desa ini atau mereka sedikit menutup diri dalam kegiatan wisata. Sesuai dengan PP No. 21 tahun 2020 tentang Peraturan sosial berskala besar (PSBB) menyatakan bahwa pemerintah menghimbau untuk menutup atau menghindari kegiatan-kegiatan yang dapat menimbulkan keramaian. Tentu dengan situasi yang demikian menjadi kerugian bagi pihak pengelola desa wisata, karena berdasarkan hasil tinjauan ke lokasi, desa wisata di Cisaat Subang merupakan salah satu desa wisata yang pelaksanaanya terorganisir dengan baik, desa wisata di cisaat subang masuk dalam jejaring desa wisata (Jadesta) bersama dengan 100 desa wisata lainnya di Indonesia dipilihnya desa wisata Cisaat karena memiliki potensi alam yang kaya serta kebudayaan serta adat dan istiadat yang dimiliki desa Cisaat. Dengan hal tersebut tentunya desa wisata Cisaat subang merupakan salah satu penyumbang devisa negara serta pemasukan tambahan bagi warga setempat. Namun karena masa pandemi ini terpaksa kegiatan wisata di desa ini dikurangi dan jumlah wisatwan yang masuk dibatasi, yang akibatnya adalah berkurangnya jumlah wisatawan yang mengunjungi tempat tersebut dan tentunya berkurangnya pemasukan bagi masyarakat setempat serta berkurangnya sumber devisa bagi Negara.

Alternatif untuk menarik minat wisatawan kembali adalah dengan diadakannya *staycation*. *Staycation* mengacu pada aktivitas berlibur di luar rumah (Sharma, 2009). Sedangkan menurut Vackova (2009) *staycation* merupakan tempat para pelancong tinggal dirumah daripada melakukan perjalanan ke tujuan lain dan menggunakan waktu itu untuk menjelajahi lingkungan lokal seperti tinggal di hotel atau menjelajahi pedesaan di dekat tinggal mereka. Secara umum, konsep *staycation* mengacu pada perjalanan ke destinasi yang lebih dekat dengan rumah dalam konteks pariwisata. Berarti bahwa konsumen menunjukkan *tren* bepergian lebih dekat ke rumah, sementara tinggal untuk periode waktu yang lebih singkat, dan menginginkan nilai penghematan uang. Tentu dengan adanya *tren* ini pihak pelaku usaha harus mempersiapkan semua kebutuhan yang perlu disiapkan untuk menunjang kegiatan *staycation*. Baik dalam hal kesiapan akomodasi, kemudian keamanan tempat, kemudahan akses, jaminan kesehatan, produk-produk yang ditawarkan serta lainnya yang tentunya diharapkan membuat tamu nyaman serta merasakan *Customer Engagement* keamanan ketika mereka melakukan *staycation* di tempat tersebut

Berdasarkan data survei penelitian yang dilakukan oleh Okta, dkk. (2020) data survei menunjukan 70% masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek, Bali, Surabaya, dan Bandung sudah merasa jenuh dengan beraktifitas di rumah saja dan membutuhkan liburan. Responden tersebut sudah merencanakan liburan ketika pandemi mulai reda dan semua mulai berjalan normal. Menurut data survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada bulan april tahun 2020 masyarakat yang lelah akan kondisi saat ini mulai mengambil keputusan untuk liburan secara bertahap, dimulai dari mengunjungi taman di dekat rumah sampai tempat-tempat makanan lokal di sekitar.

Berdasarkan hasil penelitian dari Oktavia dan Sobari (2021) perilaku dan keinginan seseorang dalam menentukan keputusan untuk melakukan liburan dimasa pandemi saat ini sangat dipengaruhi oleh faktor kesehatan dan finansial (keuangan), dengan situasi demikian pemangku kepentingan di sektor pariwisata dapat menyiapkan berbagai strategi pengurangan risiko

terpapar virus *Covid-19* (seperti menyiapkan sertifikasi CHSE) dan secara khusus pemangku kepentingan pariwisata dapat menyiapkan beberapa program *staycation* yang disesuaikan dengan kemampuan dan kebutuhan daerah masing-masing. Pihak pengelola usaha menyiapkan ragam paket program *staycation* dapat disesuaikan dengan tujuan perjalanan *staycation* itu sendiri misalnya (*leisure, well-being, rekreasi, dll*) untuk memenuhi kebutuhan, harapan wisatawan selama melakukan *staycation*. Penyesuaian lain yang dapat diterapkan di kegiatan *staycation* yaitu seperti penetapan harga, penyediaan fasilitas penunjang dan akomodasi berdasarkan penelitian itu juga *staycation* terbukti mampu membantu bangkitnya sektor pariwisata pada saat krisis ekonomi 2008 di Amerika, dan dengan keterbatasan mobilitas saat ini, seharusnya *tren* ini menjadi solusi alternatif bagi para pemangku kepentingan pariwisata di Indonesia untuk kembali membangkitkan sektor pariwisata Indonesia.

Kemudian hasil penelitian serupa dari James, dkk. (2016) yang berjudul “Mengembangkan paket penginapan untuk wisatawan *staycation*”. Mengatakan bahwa ada 6 faktor yang mempengaruhi harapan dan gaya hidup seorang melakukan *staycation* yaitu enam faktor diidentifikasi yaitu: (1) Penggemar budaya, relevansinya dengan penelitian adalah dengan kultur dan budaya yang dimiliki seluruh masyarakat Indonesia, dengan negara kaya akan kebudayaan serta adat istiadat. Kebudayaan menjadi salah satu daya tarik yang dilirik oleh wisatawan yang berkunjung. Maka tidak heran akan ada kelompok wisatawan yang akan mencari kebudayaan atau kesenian yang dimiliki oleh objek wisata yang dikunjungi. (2) Petualang, berikut adalah kelompok wisatawan yang memiliki jiwa petualang dengan menikmati keindahan alam atau lainnya yang memuaskan keinginannya sebagai seorang petualang. (3) Sosialita dan penonton pesta, kelompok wisatawan yang menginginkan adanya pertunjukan-pertunjukan yang dipertontonkan oleh objek wisata yang mampu membuat wisatawan puas untuk berlibur disitu. (4) Individu yang sadar kesehatan, relevansinya adalah dengan keadaan setelah wabah *covid-19* aspek kesehatan menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan

oleh wisatawan, maka dengan itu kesehatan suatu destinasi wisata akan menjadi bahan pertimbangan wisatawan dalam menentukan tujuan wisata mereka pada masa *new normal* ini. (5) Penggemar televisi/film yang mengandalkan keluarga dan teman, serta yang terakhir yaitu (6) Seni pertunjukan, wisatawan yang suka untuk berlibur dengan mengedepankan sisi seni pertunjukan yang ada di destinasi wisata tersebut, sebagai contoh wisatawan akan memutuskan untuk mengunjungi wilayah tersebut karena ada banyak seni pertunjukan.

Kemudian hasil penelitian dari Rosu (2020) menyatakan bahwa berpartisipasi dalam perjalanan jarak pendek tersedia bagi siapa saja yang ingin melakukannya, tidak seperti perjalanan jarak jauh. Perjalanan tujuan pendek dan panjang keduanya membutuhkan waktu yang tersedia, dan konsumen harus memilih antara waktu yang dihabiskan untuk sampai ke tujuan atau waktu yang dihabiskan di tujuan. Pola ini tampaknya menjadi inti dari *staycations* sebagai cara berlibur yaitu jarak ekonomis ditekankan melalui tema kenyamanan, sedangkan jarak waktu melalui tema perjalanan lokal dan kesegaran. Keduanya mewakili cara untuk memaksimalkan nilai waktu yang dihabiskan. Maka dapat disimpulkan bahwa keinginan atau harapan yang diinginkan oleh konsumen yaitu kenyamanan ketika melakukan *staycation*, kemudian kemudahan melakukan perjalanan lokal dan kesegaran yang didapatkan melalui Kegiatan *staycation* itu sendiri.

Dengan penjelasan yang ada di atas bahwa untuk mengetahui bagaimana persepsi serta harapan wisatawan di masa *new normal* ini, perlu adanya penelitian yang dilakukan untuk menganalisis permasalahan tersebut. Pertama adalah mengetahui bagaimana Persepsi wisatawan itu sendiri terkait desa Wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat. Kemudian setelah mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terkait semua elemen desa wisata Cisaat, selanjutnya menganalisis bagaimana harapan wisatawan terkait semua aspek yang ada di desa wisata Cisaat. Kemudian dengan hasil analisis yang dilakukan ditemukan bagaimana persepsi dan harapan wisatawan dalam melakukan *staycation* di desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat pada masa *new normal* ini. Maka berdasarkan beberapa

pendapat, peneliti dapat disimpulkan bahwa akibat dari wabah *Covid-19* terdapat persepsi dan harapan masyarakat terkait dengan keputusan melakukan *staycation* dimasa *new normal*, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor finansial, jarak, keamanan tempat serta fasilitas penunjang yang dibutuhkan konsumen dalam melakukan kegiatan *staycation*.

Sejalan dengan permasalahan tersebut, untuk itu dirasa perlu melakukan penelitian mengenai "analisis persepsi dan harapan wisatawan pada kegiatan *staycation* di desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat pada masa *new normal*".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Kegiatan wisata di desa wisata Cisaat Subang Jawa Barat ditiadakan karena kondisi pandemi *Covid-19*
2. Penghasilan warga desa Cisaat, Subang, Jawa Barat berkurang karena masa pandemi *Covid-19* saat ini.
3. Adanya *tren* wisata pada masa pandemic *covid-19* yaitu *staycation*.
4. Tantangan bagi pengelola desa wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan pengelola desa wisata untuk wisatawan, karena dimasa pandemi ini banyak terjadi perubahan tentang sistem kehidupan, yang menyebabkan terjadi perubahan-perubahan yang perlu dilihat oleh pihak pengelola desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada "analisis persepsi dan harapan wisatawan pada kegiatan *staycation* di desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat pada masa *new normal*"

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka perumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana persepsi wisatawan yang sudah melakukan kegiatan *staycation* di desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat?
2. Bagaimana harapan wisatawan pada kegiatan *staycation* terhadap semua elemen yang ada di desa wisata Cisaat Subang Jawa Barat?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis persepsi wisatawan yang sudah melakukan *staycation* di desa wisata Cisaat Subang Jawa Barat.
2. Menganalisis harapan wisatawan terkait fasilitas, produk yang ditawarkan, keamanan serta kemudahan akses para konsumen dalam melakukan *staycation* di desa wisata Cisaat Subang Jawa Barat dimasa *new normal*.

1.6 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini berguna dan bermanfaat untuk memperkaya teori dan referensi di bidang pariwisata dan perhotelan terutama pada mata kuliah teori perilaku konsumen terkait persepsi dan harapan wisatawan pada kegiatan *Staycation* dimasa *new normal*.

2. Kegunaan secara Praktis

a) Dosen

Penelitian ini dapat dijadikan ilmu baru untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang perkembangan dunia pariwisata dan perhotelan dimasa *new normal* khususnya tentang persepsi dan harapan wisatawan dalam berwisata di desa wisata pada masa *new normal*.

b) Penulis

Dapat menambah wawasan serta pengalaman langsung tentang persepsi, harapan serta keinginan konsumen dalam melakukan kegiatan *Staycation* dimasa *new normal*.

c) Wisatawan

Sebagai bahan acuan bagi wisatawan tentang pemenuhan kebutuhan mereka selama melakukan kegiatan *staycation* di desa wisata dimasa *new normal*.

d) Pengelola Desa Wisata

Sebagai bahan evaluasi dan baseline desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat dalam menciptakan Pengalaman wisatawan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan wisatawan selama melakukan kegiatan *staycation* dimasa *new normal*.

e) Bagi peneliti selanjutnya

Bisa dijadikan bahan acuan untuk mengukur bagaimana kepuasan wisatawan ketika harapan wisatawan telah terpenuhi dalam kegiatan berwisata di desa wisata Cisaat, Subang, Jawa Barat dimasa *new normal* ini.

