

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Salah satu industri di dunia yang mengalami perkembangan paling pesat adalah industri pariwisata (Yakup, A. P. ,2019) sama halnya dengan di Indonesia. Pariwisata adalah satu dari lima sektor yang saat ini menjadi program prioritas pembangunan dan penghasil devisa utama bagi Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, tentang Kepariwisataan diarahkan pada pengembangan objek wisata, meliputi peningkatan pengembangan objek wisata, pendayagunaan sumber dan potensi kepariwisataan nasional menjadi kegiatan ekonomi yang dapat diandalkan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan pemerataan kesempatan berusaha. Disamping perlunya peningkatan promosi dan pemasaran pariwisata serta peningkatan pendidikan dan pelatihan pariwisata, penyediaan sarana-prasarana di lokasi objek wisata dan kelancaran pelayanan penyelenggaraan pariwisata.

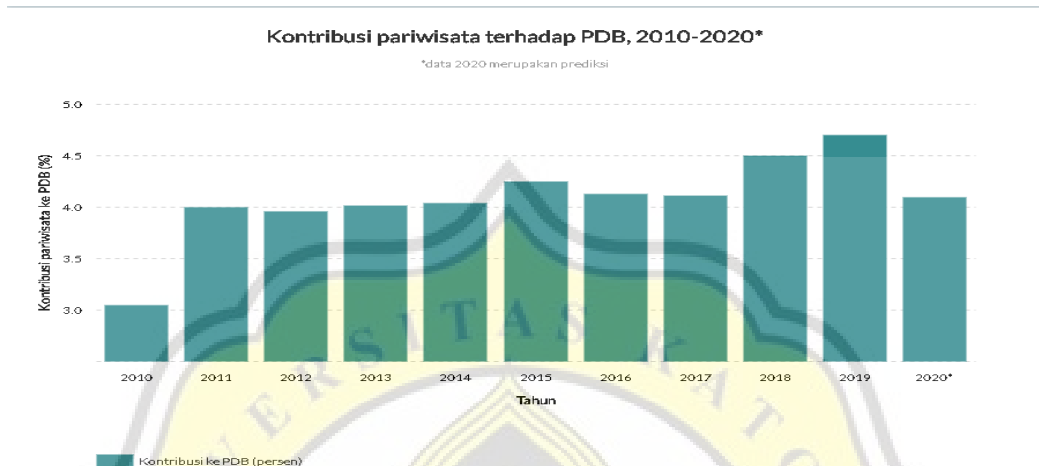
Pada dasarnya daya tarik wisata juga dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian berdasarkan pada jenis dan temanya sebagai berikut (Sunaryo,2013) :

- a) daya tarik wisata alam
- b) daya tarik wisata budaya
- c) daya tarik wisata minat khusus

Berbagai jenis atraksi dan daya tarik wisata diatas memiliki kedudukan yang cukup penting baik pada posisi produk wisata, dan dalam point paling penting dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya.

Rencana utama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia menyatakan target Kemenparekraf untuk meningkatkan Kontribusi Pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto. Sektor Pariwisata sendiri berkontribusi sekitar 4,25% terhadap Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) di tahun 2015 dengan penyerapan tenaga kerja mencapai sekitar 11,8 juta orang di tahun 2015, naik dibandingkan tahun 2014 yang mencapai 9,7 juta orang. Di tahun 2016 Kontribusi Pariwisata di Indonesia mengalami penurunan yang tidak cukup besar sekitar 4,13% terhadap Produk Domestik Bruto, begitu pula di tahun 2017 kontribusi semakin menurun ke angka 4,11%.Sampai pada tahun 2019 dan 2020 kontribusi

sektor pariwisata terhadap PDB juga semakin mengalami pergerakan yang fluktuatif yaitu di angka 4,5% di tahun 2019 dan 4,1 % di tahun 2020.



(Sumber : <https://www.bps.go.id>.)

Gambar 1.1 Kontribusi Pariwisata terhadap PDB tahun 2010-2020

Faktor utama peningkatan dan penurunan kontribusi sektor pariwisata di Indonesia terhadap PDB adalah jumlah perjalanan wisatawan yang juga mengalami pergerakan tiap tahunnya. Badan Pusat Statistik Indonesia mencatat jumlah perjalanan wisatawan di tahun 2017 mencapai 270.882.003 orang yang melakukan kegiatan wisatanya dan terus mengalami peningkatan sampai tahun 2019 mencapai 282.925.854 orang.

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang)		
	2017	2018	2019
INDONESIA	270 822 003	303 403 888	282 925 854

Sumber: Kementerian Pariwisata

(Sumber : <https://www.bps.go.id>.)

Gambar 1.2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara tahun 2017-2019

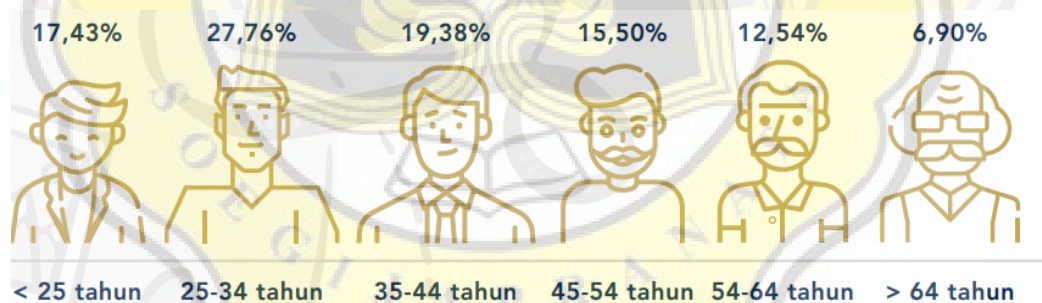
Indonesia merupakan salah satu negara yang paling sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara. Dalam gelaran *World Travel Market* di London tahun 2021 Indonesia masuk 20 negara favorit yang sering dikunjungi wisatawan mancanegara versi *Lonley Planet*. Menyadari besarnya potensi sektor pariwisata bagi perekonomian Indonesia, yang memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa, khususnya Provinsi Bali, pemerintah pusat pun memberikan perhatian khusus kepada Bali karena telah banyak menyumbangkan devisa ke negara. Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah mengeluarkan beberapa kebijakan untuk meningkatkan pembangunan pariwisata di Provinsi Bali guna semakin mampu meningkatkan angka kunjungan wisatawan domestik dan internasional, serta menjadikan Bali sebagai objek pariwisata paling favorit berskala Internasional. Tercatat jumlah pengunjung domestik Bali tiap tahunnya terus mengalami peningkatan, namun berbeda halnya di tahun 2020-2021 karena terjadi

Pandemi Covid.Peningkatan kunjungan minat ke pulau Bali didominasi oleh wisatawan domestik.

Bulan	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	426 360	517 500	528 506	597 558	658 308	743 456	793 527	879 702	282 248
Pebruari	369 525	296 581	483 221	513 852	520 462	655 719	692 113	721 105	240 608
Maret	431 393	255 403	503 311	576 438	618 834	762 622	787 616	567 452	305 579
April	403 211	318 800	528 668	534 995	705 710	777 287	795 997	175 120	330 593
Mei	456 491	385 366	651 089	647 790	646 467	682 521	656 082	101 948	363 959
Juni	785 053	667 201	571 646	1 035 563	659 718	1 156 151	1 287 877	137 395	498 852
Juli	474 769	682 941	799 765	1 084 950	890 368	906 347	935 930	229 112	166 718
Agustus	878 278	843 958	641 684	704 662	790 323	770 364	925 360	355 732	202 187
September	473 697	615 429	557 081	725 240	832 026	774 144	812 003	283 349	298 950
Oktober	758 351	549 998	619 599	685 244	732 720	762 124	853 007	337 304	468 826
Nopember	678 748	468 743	529 381	655 962	741 649	806 397	852 626	425 097	513 482
Desember	840 660	792 387	733 149	882 026	939 048	960 859	1 152 901	382 841	629 590
BALI	6 976 536	6 394 307	7 147 100	8 643 680	8 735 633	9 757 991	10 545 039	4 596 157	4 301 592
Pertumbuhan	15,06	-8,35	11,77	20,94	1,06	11,70	8,07	-56,41	-6,41

(Sumber : <https://www.bps.go.id>.)

Gambar 1.3 Kunjungan wisatawan domestik ke Bali per tahun



(Sumber: <https://www.kemenparekraf.go.id>)

Gambar 1.4 Kunjungan wisatawan domestik ke Bali berdasarkan usia

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Penduduk (Laki-Laki)	Penduduk (Perempuan)	Penduduk (Laki-Laki + Perempuan)
0-4	11 293,7	10 778,8	22 072,5
5-9	11 295,3	10 799,0	22 094,4
10-14	11 449,8	10 746,1	22 195,9
15-19	11 495,7	10 816,9	22 312,6
20-24	11 632,2	11 050,1	22 682,4
25-29	11 410,8	10 945,2	22 356,0
30-34	11 109,1	10 795,5	21 904,5
35-39	10 556,7	10 354,3	20 910,9
40-44	10 014,6	9 928,5	19 943,1
45-49	9 025,6	8 996,9	18 022,5
50-54	7 872,4	7 874,0	15 746,4
55-59	6 546,3	6 574,5	13 120,9
60-64	5 091,7	5 117,8	10 209,5
65-69	3 681,5	3 772,6	7 454,0
70-74	2 179,1	2 374,9	4 553,9
75+	2 007,5	2 617,0	4 624,5

(Sumber : <https://www.bps.go.id>.)

Gambar 1.5 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Usia Tahun 2020

Berdasarkan hasil sensus penduduk Indonesia yang dilakukan pada Februari – September 2020 tercatat jumlah penduduk generasi Z mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94% dari total populasi penduduk di Indonesia . Sementara generasi X jumlahnya mencapai 58,65 juta jiwa atau setara dengan 21,88 % dari populasi penduduk Indonesia.

Kotler et. al. (2010) mengemukakan munculnya kelompok *youth* (anak muda), *man and woman* (rumah tangga), dan *netizen* (pengguna internet) sebagai konsumen yang potensial, termasuk dalam melakukan aktivitas wisata. Dalam salah satu kajian yang dilakukan oleh *World Tourism Organization (UNWTO)* perkembangan akan pencarian informasi terlihat jelas jika dahulu minat berkunjung ke sebuah destinasi wisata dipengaruhi informasi dari majalah, koran, tabloid, atau *word of mouth* (dari mulut ke mulut lewat testimoni), saat ini pencarian informasi tempat wisata ditengarai sudah dilakukan lewat produk-produk aplikatif teknologi informasi. Chowindra (2015) dalam kajian ilmiahnya pada sejumlah generasi muda menyatakan generasi muda cenderung memiliki potensi lebih besar dalam melakukan giat wisata karena antara lain generasi muda memiliki pergaulan lebih besar, pengetahuan mengenai tempat wisata lebih banyak, lebih aktif mencari informasi mengenai tempat-tempat wisata terbaru.

Generasi X ini lahir pada saat orde baru sekitar tahun 1965-1980. Generasi ini terlahir pada masa gejolak dan transisi global seperti era Perang Dingin antara blok Barat dan blok Timur, Perang Vietnam dan Revolusi Tenteram yang menandakan jatuhnya tembok Berlin dan bersatunya Jerman Timur dan Barat. Tahun ketika generasi ini lahir, merupakan awal dari penggunaan PC (personal computer), video games, tv kabel, dan internet. Era ini disebut juga sebagai generasi sandwich karena berada diantara Generasi Baby Boomers dan Generasi Y. Generasi X memiliki

karakteristik *Work Life Balance*, Fokus pada kesuksesan pribadi, mampu beradaptasi dan banyak akal. (David Stillman dan Jonah Stillman , 2018)

Generasi Z lahir dalam rentang waktu tahun 1996-2010. Generasi ini merupakan peralihan dimana kebudayaan lama mulai ditinggalkan dan zaman kecanggihan teknologi semakin tidak bisa dilepaskan. Beberapa diantara generasi ini merupakan keturunan dari Generasi X atau Y. Mereka memiliki kesamaan dengan Generasi Y, tapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu, seperti menggunakan ponsel, *browsing* dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Dikarenakan generasi Z tumbuh di era teknologi yang semakin berkembang, mereka memiliki karakteristik instan, keras kepala, suka tantangan dan gemar hal praktis. Generasi ini juga cenderung mengisi waktu luangnya dengan melakukan pencarian informasi lewat media sosial, bermain *game*, dan mayoritas seluruh kegiatan itu akan melibatkan internet sebagai modalnya. (Herther, 2009, h. 16). Generasi X dan Z memiliki perbedaan usia yang cukup jauh sehingga profil dan karakteristik dari masing-masing generasi juga memiliki perbedaan yang mencolok. Generasi Y berada di antara generasi X dan Z dimana pada usia di generasi Y tentu akan memiliki banyak persamaan dengan generasi X dan Z. Generasi Y yang berumur mendekati generasi X akan memiliki kecenderungan karakteristik yang tidak cukup berbeda, sama halnya dengan generasi Y yang berumur mendekati generasi Z. Maka dari itu pemilihan untuk

membandingkan generasi X dan Z akan memiliki jawaban yang lebih variatif karena memiliki perbedaan yang mencolok berdasarkan pada usia dari masing-masing generasi.

Karakteristik dari masing-masing generasi yang berbeda juga akan menghasilkan hasil keputusan pembelian yang berbeda pula. Menurut Alma, (2018), pengambilan keputusan pembelian merupakan proses kognitif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lingkungan, budaya, keluarga, dll. Hal tersebut akan membentuk sikap dalam diri individu kemudian melakukan pembelian. (Tjiptono, 2015:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Menurut Assauri (2015: 139) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Dalam kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian tersebut dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan Menurut Kotler et al. (2008), ada beberapa tahap dalam proses keputusan berkunjung seperti: Identifikasi kebutuhan, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, dan Perilaku pasca pembelian.

Kelangsungan industri pariwisata juga tidak lepas dari peran wisatawan itu sendiri dari berbagai sikap dan perilaku yang dilakukan. Di era modern ini industri pariwisata juga perlu melakukan penyesuaian strategi untuk lebih menarik para wisatawan dari tiap lintas generasi. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena hasil dari penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi bagaimana perbedaan karakteristik dan perilaku wisatawan pada generasi tertentu. Dari hasil proses identifikasi karakteristik dan proses pengambilan keputusan berwisata pada wisatawan tiap lintas generasi, maka dapat disusun strategi pembuatan program yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Dari latar belakang masalah diatas, penulis ingin melakukan penelitian tentang perbedaan proses keputusan berwisata pada wisatawan generasi X dan yang berkunjung ke Bali mulai dari tahapan proses identifikasi kebutuhan berwisata sampai dengan perilaku pasca berwisata. Berdasarkan paparan diatas maka dari itu penulis akan membuat penelitian dengan judul:

**STUDI KOMPARASI PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
BERWISATA ANTARA GENERASI X DAN GENERASI Z
STUDI PADA WISATAWAN YANG BERKUNJUNG KE BALI**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan sebelumnya, permasalahan yang muncul adalah apa saja perbedaan proses keputusan berwisata pada wisatawan generasi X dan generasi Z yang pernah berkunjung ke Bali. Maka dari itu, dapat ditarik beberapa pertanyaan penelitian antara lain :

1. Bagaimana identifikasi kebutuhan dilakukan oleh masing-masing generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali?
2. Bagaimana pencarian informasi yang dilakukan oleh masing-masing generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali?
3. Bagaimana evaluasi alternatif yang dilakukan oleh masing-masing generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali?
4. Bagaimana keputusan berwisata yang dilakukan oleh masing-masing generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali?
5. Bagaimana perilaku pasca berwisata pada generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali ?
6. Bagaimana perbedaan pada masing- masing tahapan proses keputusan berwisata antara generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui tahap identifikasi kebutuhan berwisata antara generasi X dan generasi Z yang pernah berkunjung ke Bali.
2. Untuk mengetahui tahap pencarian informasi produk atau destinasi wisata yang dilakukan oleh generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali.
3. Untuk mengetahui tahap evaluasi alternatif yang dilakukan oleh generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali.
4. Untuk mengetahui tahap keputusan berwisata yang dilakukan oleh generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali.
5. Untuk mengetahui perilaku pasca berwisata yang pada masing-masing generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali.
6. Untuk mengetahui perbedaan pada masing-masing tahapan proses keputusan berwisata antara generasi X dan Z yang pernah berkunjung ke Bali.

Seluruh pembahasan dan hasil dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat antara lain :

Bagi Pengelola tempat wisata

1. Memberikan bahan informasi dan pertimbangan untuk perencanaan pengembangan daya tarik pada sebuah objek atau destinasi wisata.
2. Memberikan alternatif strategi untuk pengembangan pada sebuah objek atau destinasi wisata.

Bagi Peneliti lain

1. Memberikan referensi untuk penelitian yang akan dilakukan peneliti lain

