

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Arah pembangunan kepariwisataan sendiri saat ini telah mengalami pergeseran ke arah pariwisata yang berbasis komunitas dan bersandar kepada ekonomi berbasis kerakyatan serta menekankan pemeliharaan lingkungan hidup secara cermat. Sekalipun di sisi lain pembangunan kepariwisataan itu sendiri tidak akan pernah terlepas dari sisi mobilitas perpindahan regional, nasional, maupun global sehingga menempatkan aktivitas kepariwisataan sebagai salah satu pilar ekonomi negara yang sarat dengan muatan politik, budaya, dan hubungan internasional.

Desentralisasi kebijakan yang memberikan kebebasan kepada daerah untuk melakukan perencanaan kepariwisataan seharusnya akan mampu menciptakan kemampuan lokal dan tampilnya produk-produk yang berisikan daerah (*customize product*). Hal ini dapat direspon positif dalam pelaksanaan program otonomi daerah di Indonesia, dimana masyarakat harus berlaku proaktif terhadap langkah-langkah yang dilakukan pemerintah dengan menyadari keuntungan yang dapat diterimanya dan dapat mengoptimalkan setiap kesempatan.

Kota Pekanbaru, yang juga merupakan Ibukota Propinsi Riau adalah kota yang memposisikan diri sebagai pusat pendidikan, perdagangan, bisnis, dan sektor jasa lainnya. Hal ini pun didukung oleh faktor lokasi, dimana Kota Pekanbaru memiliki posisi yang sangat strategis yaitu di bagian pantai timur pulau Sumatera, sehingga memungkinkan untuk berhubungan dengan propinsi lain ataupun dengan negara tetangga Singapura dan Malaysia. Dengan posisi yang strategis tersebut Kota Pekanbaru memiliki kemungkinan yang sangat tinggi

sebagai kota tujuan wisata maupun sebagai tempat transit. Berdasarkan hal tersebut, pemerintahan daerah Propinsi Riau telah menetapkan Kota Pekanbaru sebagai salah satu daerah tujuan wisata melalui pencanangan program Visit Riau 2012.

Namun berbagai permasalahan banyak ditemukan terjadi dalam pembangunan kepariwisataan pada era otonomi daerah antara lain berupa pemerintah sebagai pembuat kebijakan menghadapi banyak permasalahan akibat kebijakan-kebijakan yang ditetapkan serta diimplementasikan tidak sesuai dengan prinsip-prinsip penciptaan produk wisata yang berkesinambungan, serta dapat menimbulkan konflik antar komponen dalam sistem kepariwisataan seperti pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat setempat. Terganggunya sinergitas pembangunan kepariwisataan daerah ini terwujud akibat peraturan-peraturan yang belum transparan dan tidak kompetitif. Dimana kondisi ini kurang mampu memberikan rangsangan terhadap minat swasta untuk mengembangkan dan merencanakan produk wisata di daerah.

Kompleksitas yang tinggi dalam sektor kepariwisataan sebagai *service based industry* terlihat dari banyaknya titik singgung dengan sektor-sektor lainnya (multi dimensional) serta banyaknya *stakeholder* yang terlibat dalam berbagai tingkatan menuntut integritas *stakeholder* untuk dapat mengarahkan dan mempercepat pencapaian sasaran guna memberikan dampak positif bagi pemerintah dan seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Sehingga dengan demikian perlu untuk mengatur posisi dan peran setiap *stakeholder* dengan jelas. Di sinilah dituntut kemampuan pemerintah daerah dalam mengatur mekanisme kepariwisataan melalui penetapan kebijakan dan arah strategi yang tepat.

Dalam kurun waktu 10 – 20 tahun terakhir ini dapat kita saksikan fenomena perubahan sistem sosio-ekonomi-kultural di kalangan masyarakat, terutama masyarakat Eropa dan Amerika yang berkembang dengan demikian

pesatnya dalam berbagai aspek kehidupan. Fenomena tersebut ditandai dengan dominasi *high tech*, fiksi ilmiah, sensitivitas terhadap lingkungan serta berbagai bentuk ketidakpastian (*uncertainty* dan *confussion*). Kondisi tersebut merupakan realita kehidupan manusia saat ini, dan juga telah mulai menulari masyarakat pada negara ketiga atau negara berkembang. Sehingga mau tidak mau, suka tidak suka, fenomena ini akan mempengaruhi banyak aspek dalam kehidupan manusia, seperti gaya hidup, pola berpikir, sikap, perilaku, dan lain-lainnya.

Fenomena yang disebut sebagai gejala *post modernism* juga mengakibatkan munculnya perilaku yang lebih *fashionable* terhadap konsumsi wisatawan. Sehingga pola konsumsi mulai berubah ke jenis aktivitas wisata yang lebih tinggi levelnya, yang meskipun santai namun dengan selera yang lebih meningkat. Wisatawan era *post modernism* tidak lagi terfokus hanya ingin bersantai dan menikmati *sun, sea, sand*. Dimana konstelasi kemajuan ekonomi dan kebudayaan dianggap akan menciptakan kompensasi klasifikasi pelayanan yang lebih tematis dan spesifik. Sebagai contoh seorang wisatawan *posmo* akan menganggap bahwa kunjungan ke pertambangan batubara sebagai suatu pengalaman yang eksklusif, lain halnya dengan wisatawan non *posmo* yang tidak menganggap hal tersebut sebagai pengalaman baru bagi masyarakatnya.

Perubahan pola konsumsi ini perlu segera disikapi dengan berbagai strategi pengembangan produk wisata maupun promosi baik dari sisi pemerintah maupun swasta. Dari sisi pemerintah perlu dilakukan perubahan skala prioritas kebijakan sehingga peran sebagai fasilitator dapat dioptimalkan untuk mengantisipasi hal ini. Di sisi lain ada porsi kegiatan tertentu yang harus disiapkan dan dilaksanakan oleh swasta yang lebih memiliki *sense of business* karena sifat kegiatannya yang lebih berorientasi ke arah bisnis.

Wisatawan nusantara pada dasarnya memiliki karakteristik yang beraneka ragam dan merupakan gabungan dari karakter berbagai tipe

wisatawan yang secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh kepada perilaku, permintaan, dan kebutuhan mereka (Inskeep, 1991). Sehingga untuk menunjang keberhasilan perencanaan pembangunan pariwisata Propinsi Riau, perlu dilakukan suatu penelitian dan telaahan terhadap profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke Propinsi Riau. Dalam gambaran yang lebih sederhana profil wisatawan diartikan sebagai suatu potret umum dari karakteristik yang ditemukan pada sekelompok wisatawan, yang dalam hal ini adalah wisatawan nusantara.

Salah satu alasan terpenting melakukan riset profil wisatawan adalah karena hampir semua pasar, termasuk kelompok-kelompok wisatawan ataupun organisasi memiliki kebutuhan dan pilihan produk wisata yang berbeda, sehingga segmentasi pasar dapat membantu pengelola dalam mendefinisikan kebutuhan dan keinginan wisatawan secara cepat, karena segmentasi berbeda dalam ukuran dan potensi.

Selain itu dengan terbentuknya profil wisatawan akan dapat ditentukan target pasar sesuai dengan segmentasi dari wisatawan tersebut, sehingga secara tidak langsung akan menjadikan program-program pemasaran yang disusun oleh pemerintah menjadi lebih terarah dan lebih mudah (Wall, 1991). Disamping itu, dengan terbentuknya profil wisatawan juga akan memberikan kemudahan dalam menyusun program perencanaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Fasilitas-fasilitas wisata yang akan disediakan nantinya akan lebih terarah kepada fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan, dan tidak perlu menyediakan fasilitas yang bukan kebutuhan mereka, sehingga diharapkan akan meningkatkan efisiensi dalam penggunaan anggaran pemerintah.

Berangkat dari pemikiran pada bagian sebelumnya, maka dalam kegiatan penelitian ini kami mengajukan dua daerah di propinsi Riau untuk dilakukan suatu penelitian terhadap profil wisatawan nusantara. Yang pertama adalah kawasan wisata Pasar Bawah Kota Pekanbaru, yang secara keseluruhan hampir sama dengan objek wisata lainnya di Kota Pekanbaru, maupun Propinsi Riau umumnya, yaitu merupakan sebuah objek wisata yang didominasi oleh wisatawan nusantara. Sehingga memberikan perhatian yang arif dan cermat terhadap segmen ini merupakan hal yang sangat positif. Sedangkan tempat kedua adalah Kabupaten Kampar, yang merupakan kawasan penyangga bagi kota Pekanbaru sebagai daerah tujuan wisata. Mc Intosh dan Goeldner (1984) mengatakan bahwa wisata dalam negeri pada negara berkembang bisa jadi lebih penting dibandingkan wisata internasional sebab wisatawan dalam negeri tidak mengenal musim. Sehingga untuk jangka pendek pariwisata dapat tetap berkembang meskipun sedang mengalami resesi, dan untuk jangka panjang dapat dijadikan sebagai dasar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata selanjutnya.

Belum tersedianya profil wisatawan nusantara di Kota Pekanbaru maupun yang mengunjungi Kabupaten Kampar dapat dirasakan dari adanya kenyataan berbagai potensi pariwisata yang ada di Riau khususnya kota Pekanbaru belum dapat tergarap secara optimal. Padahal di sisi lainnya pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata sangat berpotensi dalam menggerakkan roda perekonomian daerah. Apalagi mengingat banyak terdapat jenis pajak dan retribusi dalam usaha di sektor kepariwisataan yang secara langsung berdampak kepada pendapatan asli daerah (PAD).

1.2. Permasalahan

Suatu kajian dan telaahan terhadap profil wisatawan nusantara akan memberikan manfaat yang signifikan terhadap kepentingan pembangunan dan pengembangan pariwisata daerah pada era post modern. Dapat kita temukan kontribusi yang nyata dari kajian mengenai profil wisatawan terhadap pengembangan dan pembangunan wisata antara lain berupa penetapan serangkaian atribut produk yang berdasarkan kepada persepsi dan keinginan dari wisatawan. Sehingga nantinya pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang dilakukan di daerah telah mampu memenuhi aspek-aspek yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari wisatawan.

Berangkat dari situasi tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kawasan Pasar Bawah Kota Pekanbaru?
2. Bagaimanakah profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Kampar Propinsi Riau?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Mengungkapkan profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kawasan Pasar Bawah Kota Pekanbaru
2. Mengungkapkan profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Kampar Propinsi Riau.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak terkait dalam perencanaan pembangunan pariwisata di Kota Pekanbaru.
2. Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi riset-riset sejenis maupun riset lanjutan dari riset ini.
3. Memperkaya bahan ajar untuk mata kuliah perilaku wisatawan, dan pemasaran pariwisata.