

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemerintah Kota Bogor sejak pandemi Covid-19 pada tahun 2020 mengembangkan tujuh kampung wisata yang berawal dari konteks pemulihan ekonomi lokal Kota Bogor. Kampung wisata merupakan suatu kawasan wisata bercorak desa yang terletak ditengah-tengah kota yang mempunyai ciri-ciri komunitas dan panorama alam pedesaan (kotabogor.go.id). Kota Bogor memiliki kawasan cukup strategis yang dapat dijadikan sebagai wisata alternatif dikarenakan jaraknya yang dekat dengan Ibukota Jakarta untuk melakukan berbagai kegiatan wisata yang bercorak desa di daerah perkotaan. Berdasarkan SK Wali Kota Bogor Provinsi Jawa Barat Nomor 556/Kep.97-Disparbud/2022 tanggal 18 Maret 2022 tentang Penetapan Kampung Wisata di Kota Bogor, Wali Kota Bogor memutuskan penetapan Kampung Wisata di Kota Bogor sebanyak tujuh kampung, yaitu Kampung Ciharashas Mulyaharja, Kampung Labirin, Kampung Pulo Geulis, Kampung Batik Cibuluh, Kampung Perca, Kampung Situ Gede, dan Kampung Durian Rancamaya. Ketujuh kampung wisata tersebut dapat menjadi alternatif utama bagi wisatawan dan menarik minat calon wisatawan untuk mengunjungi kembali merupakan tujuan setiap pengelola destinasi wisata. Ketujuh kampung wisata yang telah ditetapkan terdapat tiga kampung wisata yang berpotensi menjadi destinasi unggulan yang mencakup Kampung Ciharashas Mulyaharja atau yang dikenal sebagai Kampung Mulyaharja (Jannah, 2019), Kampung Perca dan Kampung labirin yang dilihat dari tingkat banyaknya tingkat kunjungan wisatawan dari tujuh kampung wisata namun perlu mencanangkan strategi sebagai upaya dalam proses penciptaan *revisit intention* atau minat berkunjung kembali (Permata, 2022).

Proses penciptaan *revisit intention* atau niat berkunjung kembali dapat berpengaruh dari *customer experience* atau pengalaman pengunjung yaitu ketika proses pembelian dilakukan oleh konsumen dapat berdampak jangka panjang terhadap keputusan berkunjung selanjutnya. Minat atau niat berkunjung kembali disebut dengan *revisit intention*, didefinisikan sebagai kemungkinan wisatawan untuk mengulangi aktivitas datang kembali ke suatu tempat destinasi (Baker dan Crompton, 2012). Menurut Rageh *et al* (2013) apabila penawaran destinasi tersebut menarik, maka akan mendorong wisatawan untuk datang kembali ke objek wisata tersebut, karena potensi kepariwisataan merupakan satu diantara banyak faktor yang menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata. Jika wisatawan merasakan suatu kepuasan terhadap objek wisata maka mereka akan mengulang kunjungannya ke tempat objek wisata tersebut (*revisit intention*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Pengalaman wisatawan yang tercipta pada saat kunjungan dapat tetap menempel pada ingatan wisatawan setelah kunjungan selesai dan dapat tercipta dari suatu proses interaksi baik secara fisik maupun non-fisik antara wisatawan dengan elemen lingkungan sekitar dimana tamu atau wisatawan beraktivitas. Pengalaman merupakan dampak dari yang ditawarkan oleh suatu destinasi kepada wisatawan (Kusumah, 2017), selain pengalaman yang menjadi dampak yang ditawarkan oleh suatu destinasi, saat ini berbagai jenis keunikan telah ditampilkan sedemikian rupa untuk mempunyai nilai jual bagi berjalannya aktivitas pariwisata. Pengalaman wisatawan juga dipengaruhi secara subjektif oleh karakter dari tamu itu sendiri (Ismail, 2011) masing-masing memiliki segmen pasar tersendiri untuk setiap jenis destinasi wisata dalam tugas akhir ini mencoba untuk mengetahui jenis karakteristik wisatawan yang mengunjungi ke Kampung Wisata di Kota Bogor dan alasan *revisit intention* dari pengalaman yang didapatkan selama berwisata dan kemudian akan dijadikan sebuah perencanaan program wisata.

Perencanaan program wisata di tiga kampung wisata Kota Bogor merupakan salah satu rancangan yang dilakukan untuk mengembangkan program wisata yang sudah tersedia dengan dilakukannya identifikasi karakteristik dan pengalaman wisatawan dan memperkenalkan sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di kampung wisata secara luas dengan adanya pengembangan program wisata yang akan dirancang dapat menaikkan pendapatan Kota Bogor dan menaikkan kunjungan kampung wisata di Kota Bogor. Perencanaan program wisata didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan yang dapat mendukung perkembangan pariwisata dan selaras dengan pengertian dari (Hardoyo D, Muhammad F, Taruna T., 2016) bahwa perencanaan program wisata adalah suatu kegiatan yang memiliki rangkaian khusus yang mempunyai peranan sangat penting dalam meningkatkan arus pertumbuhan pengunjung maupun wisatawan sebagai bagian dari perkembangan pariwisata. Perencanaan program wisata yang dirancang dalam tugas akhir ini merupakan luaran atau *output* yang dilakukan dengan cara merancang program wisata tahunan dengan menyusun *itinerary* kegiatan yang akan dilakukan selama dilaksanakannya program berdasarkan hasil identifikasi menggunakan kuesioner mengenai karakteristik wisatawan, pengalaman wisatawan dari nilai rata-rata tertinggi dan sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di kampung wisata.

1.2. Tujuan

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui jenis karakteristik wisatawan dan pengalaman yang didapatkan selama berwisata.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memunculkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, tugas akhir ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung ke kampung wisata dan pengalaman wisatawan terhadap minat berkunjung kembali ke kampung wisata.
2. Mengidentifikasi sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan yang berada di tiga kampung wisata.
3. Menyusun *output* akhir berupa rancangan program wisata tahunan.

1.3. Manfaat

Tugas akhir dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak stakeholder. Beberapa pihak stakeholder tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Penulis

Manfaat yang didapatkan bagi penulis yaitu menjadi sarana untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan di program studi ekowisata dan menambah pengetahuan serta wawasan terhadap perencanaan program wisata yang berhubungan dengan karakteristik wisatawan dan pengalaman wisatawan terhadap minat berkunjung kembali atau *revisit intention* dan mengetahui sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di tiga kampung wisata kota bogor

2. Masyarakat

Manfaat yang didapatkan bagi masyarakat adalah meningkatkan pengetahuan tentang karakteristik dan pengalaman wisatawan, memberikan kemudahan informasi mengenai program wisata dan sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di tiga kampung wisata sebagai preferensi berwisata.

3. Pengelola

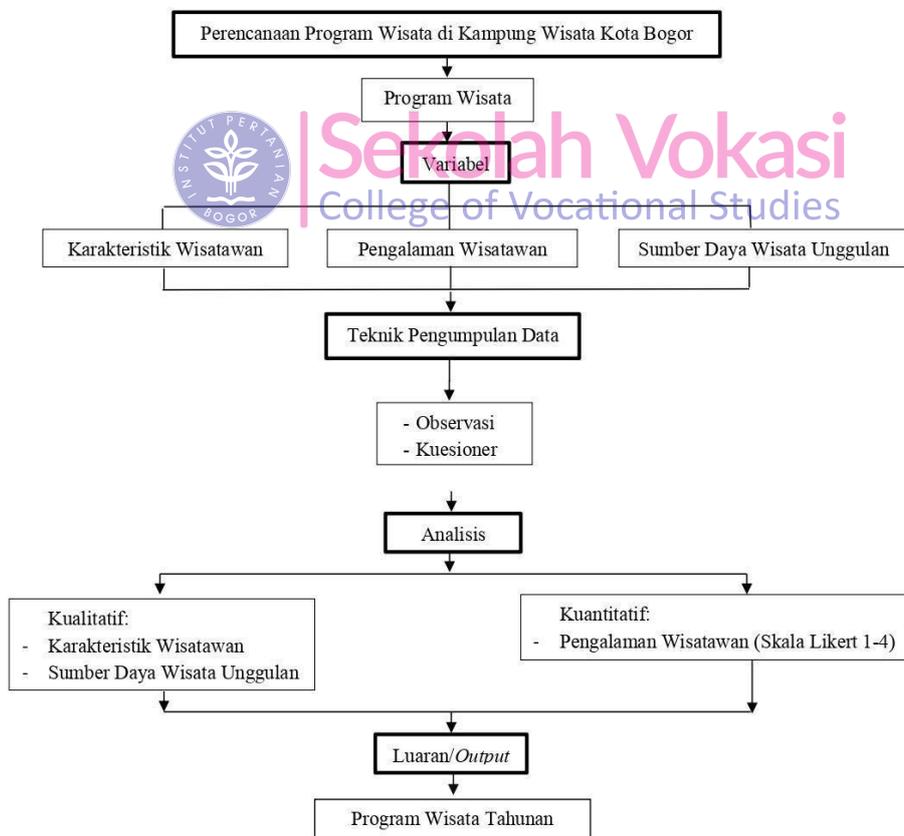
Manfaat yang didapatkan bagi pengelola adalah mendapatkan informasi mengenai karakteristik wisatawan dan alasan pengalaman berwisata pengunjung, mendapatkan keuntungan secara eksistensi materi dan preferensi pengembangan program wisata di masa mendatang.

1.4. Luaran

Luaran atau *output* dari pelaksanaan tugas akhir berupa program wisata tahunan dengan menyusun rancangan desain program wisata dari hasil identifikasi karakteristik wisatawan dan *itinerary* kegiatan berdasarkan preferensi pengalaman wisatawan serta sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di tiga kampung wisata.

1.5. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir memiliki beberapa variabel yang terdiri dari karakteristik wisatawan, pengalaman wisatawan dan sumber daya wisata unggulan. Data Sumber daya wisata unggulan dari tiga kampung wisata didapatkan dari hasil observasi dianalisis secara deskriptif. Data karakteristik wisatawan dan pengalaman wisatawan didapatkan melalui angket kuesioner. Parameter data pengalaman wisatawan yaitu dari komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Ansilaris) dan kegiatan wisata dari 8 Indikator (Kenyamanan, Edukasi, Hedonis, Hal Baru, Pengakuan, Relasional, Keamanan, Keindahan) dianalisis menggunakan skala likert 1-4 untuk mendapatkan nilai rata-rata dari setiap indikator yang terdiri dari beberapa pernyataan dan pertanyaan. Luaran atau *output* dari tugas akhir ini adalah perencanaan program wisata tahunan berdasarkan hasil karakteristik dan pengalaman wisatawan saat berwisata serta sumber daya wisata yang menjadi *iconic* atau unggulan di tiga kampung wisata.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.