**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha khususnya usaha dibidang pariwisata memiliki kemajuan yang sangat signifikan yang ditandai dengan adanya peningkatan dalam usaha jasa pariwisata baik biro perjalanan wisata, jasa agen perjalanan wisata,jasa penyedia akomodasi restoran, jasa pramuwisata, jasa konvensi perjalanan insentif, pameran maupun pengusaha obyek dan daya tarik wisata. Selain itu juga ditandai dengan adanya peningkatan jumlah pengunjung ke suatu daerah. Hal ini disebabkan karena pariwisata sudah menjadi bagian dari kebutuhan dasar manusia yang disibukkan dengan rutinitas sehari-hari. Pada perkembangan zaman modern ini berbagai hal dan kebutuhan manusia dapat menjadi peluang untuk dijadikan sebagai lahan bisnis. Perkembangan gaya hidup masyarakat menuntut adanya acara-acara maupun kegiatan yang digelar secara rutin maupun bersifat momentum.

Begitu pula dengan lembaga, organisasi maupun perusahaan yang ingin menggelar banyak kegiatan. Sehingga dalam meningkatkan pengunjung atau keuntungan bagi industri wisata perlu adanya usaha dan perhatian terhadap minat dari pelanggan sebagai langkah untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah pelanggan, karena setiap orang mempunyai pendapat atau pandangan yang berbeda dalam melihat suatu hal (obyek) yang sama. Perbedaan pandangan ini akan dapat ditindak lanjuti dengan perilaku atau tindakan yang berbeda pula. Pandangan itu disebut sebagai persepsi. Setiap orang mempunyai kecenderungan dalam melihat benda yang sama dengan cara yang berbeda- beda. Perbedaan tersebut bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah pengetahuan, pengalaman dan sudut pandangnya. Persepsi juga bertautan dengan cara pandang seseorang terhadap suatu objek tertentu dengan cara yang berbeda-beda dengan menggunakan alat indera yang dimiliki, kemudian berusaha untuk menafsirkannya. Persepsi baik positif maupun negatif ibarat file yang sudah tersimpan rapi di dalam alam pikiran bawah sadar kita.

1

File itu akan segera muncul ketika ada stimulus yang memicunya, ada kejadian yang membukanya. Persepsi merupakan hasil kerja otak dalam memahami atau menilai suatu hal yang terjadi di sekitarnya (Waidi, 2006: 118). Persepsi seseorang akan menentukan bagaimana ia akan memilih. Dalam bisnis pariwisita, baik pembeli dan penjual memiliki persepsi tersendiri terhadap suatu objek yang bisa mendatangkan keuntungan bagi keduanya.

Salah satu kegiatan bisnis yang memberikan keuntungan bagi pihak bisnis pariwisata Indonesia khusunya yaitu Bali and Beyond travel Fair yang merupakan pertemuan para pihak penting yang terkait di industry pariwisata indonesia dan pelaku pariwisata internasional untuk mempromosikan kekayaan budaya indonesia sebagai negara tujuan wisata, sehingga pada saat yang bersamaan, hubungan baik dapat segera dibentuk untuk kerjasama yang sama-sama menguntungkan dalam jangka panjang. Dengan diselenggarakan event terjadi *travel exchange,* dimana pelaku bisnis dapat berintekasi secara langsung untuk mempromosikan destinasi wisata baik melalui iklan maupun pendekatan langsung oleh para seles ke target pasar yang ingin dituju dan ini diyakini lebih efektif dan langsung mengena caranya dengan mengundang para pelaku wisata untuk datang berkunjung guna melihat langsung keindahan alam dari surga yang tersembunyi. Hal ini yang menjadi tujuan utama panitia dengan menyelenggarakan kembali BBTF (*Bali and Beyond Travel fair)* sebuah perhelatan pariwisata Indonesia terbesar yang menghadirkan para *seler* dan *buyer* dari mancanegara. Acara BBTF (*Bali and Beyond Travel fair)* yang berkonsep B2B (*Business to Business)* merupakan sesi pertemuan para pelaku bisnis wisata untuk melakukan promosi secara langsung baik untuk MICE maupun wisata liburan yang mana untuk para *seller* dan *buyer* BBTF (*Bali and Beyond Travel fair)* memberlakukan *Pre schedule appointment*, kesepakatan waktu mengenai jadwal pertemuan khusus antara *seller* dan *buyer* guna membicarakan negosiasi bisnis untuk melihat kemungkinanan terjadinya kerjasama jangka panjang antara kedua belah pihak. Para pelaku industry diantaranya agen perjalanan, grup hotel dan resor, kapal pesiar, perusahaan swasta

,penyelenggra acara konferensi, pengurus tempat acara dan pembeli paket perjalanan hadir meramaikan acara selama dua setengah hari untuk membahas

bisnis, yang berguna untuk meningkatkan serta menggairahkan minat bisnis pariwisata kepasaran indonesia dan asia pasifik. Pada saat yang sama dilakasanakan juga berbagai kegiatan yang sekiranyanya bermanfaat untuk para peserta travel fair ini. Dari sesi khusus menjalin jaringan bisnis, sehingga kesempatan mengikuti program talkshow berbagi pengalaman bisnis yang menginspirasi dari tokoh bisnis pariwisata. Dari adanya peningkatan dan keaktifan pelaku bisnis dari pihak pembeli dapat dilihat minat dan persepsi pembeli terhadap adanya *travel exchange.*

Persepsi merupakan hal terpenting dalam sebuah event terutama yang berskala internasional, Persepsi seseorang akan menentukan bagaimana ia akan memilih. Dalam bisnis pariwisita, baik pembeli dan penjual memiliki persepsi tersendiri terhadap suatu objek yang bisa mendatangkan keuntungan bagi keduanya. Untuk itu penulis akan menindentifikasi presepsi pelaku bisnis (*Buyer*) sebagai pembeli terhadap adanya B2B (*Business to buessniss) Travel Exchange* dalam menunjang peningkatan jumlah wisatawan mancanegara. Dengan jumlah peserta yang berpartisipasi yaitu sebanyak 221 *buyers* dari 30 negara*,* dan 154 perusahaan dari industri pariwisata sebagai *sellers* dari Indonesia, dan 33 media yang berasal dari mancanegara.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian, yaitu mengetahui persepsi *buyer* terhadap *B2B*(*Business to Business) Travel Exchange* dalam menunjang Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam event *Bali and Beyond Travel Fair*.

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat mengidentifikasi masalah diatas sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi *Buyer* terhadap b2b *travel exchange* melalui event Bali and Beyond Travel Fair?

2. Apakah tujuan dari pelaksanaan event Bali and Beyond Travel Fair?

3. Bagaimana *buyer* dan *seller* bisa bertemu?

4. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *metting session with seller*?

5. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *variety of seller?*

**1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas , maka yang menjadi rumusan masalah dalam penilitian ini adalah sebagai berikut :

6. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap B2B Travex?

7. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *metting session with seller*?

8. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *variety of seller?*

**1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana persepsi *Buyer* terhadap b2b *travel exchange* melalui event

Bali and Beyond Travel Fair.

2. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *metting session with seller*?

3. Bagaimana persepsi *buyer* terhadap *variety of seller?*

**1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah untuk:

4. Mengetahui dan mengidenifikasi Persepsi buyer terhadap B2B Travex dalam event Bali and Beyond Travel Fair?

5. Mengetahui dan mengidenifikasi Persepsi buyer terhadap *metting session with seller*?

6. Mengetahui dan mengidenifikasi persepsi *buyer* terhadap *variety of seller?*

**1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi penulis

Penilitian ini diharapkan dapat memenuhi syarat kelulusan studi Diploma III Program studi Usaha perjalanan wisata Politeknik Negeri Manado dan penilitian ini dapat memberikan manfaat untuk referensi dalam mengembangkan pembaca dan penulis sendiri untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan mengenai event.

2. Industri ASITA (*Association of the Indonesian Tour & Travel Agencies*)

sebagai *Event Organizer*.

Hasil penilitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan sebagai *event organizer* terhadap pelaksanaan *travel exchange* yang lebih Efektif dalam peningkatan jumlah *buyer* (pembeli) melalui event ini dan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia.

3. Politeknik Negeri Manado

Penilitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk program studi dan menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa dimasa mendatang, terutama mahasiswa program studi Usaha Perjalanan Wisata.