

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan negara yang kaya akan keindahan alam, flora dan fauna serta beraneka ragam budaya, yang semua dapat memberikan devisa yang cukup besar bagi dunia pariwisata. Pariwisata merupakan industri yang dapat dikatakan menjanjikan, karena dapat meningkatkan perekonomian suatu negara dan juga dapat memperlihatkan keunggulan wisata kota metropolitan dan wisata alam yang eksotis demi menarik minat dan niat untuk berkunjung.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata menargetkan 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman), dan 275 juta kunjungan wisatawan nusantara (wisnu) pada tahun 2019 mendatang.”(Reni, 2019).

Google merilis temuan tentang 10 destinasi wisata favorit di Indonesia. Berdasarkan *search engine* Google , sepanjang tahun 2018/2019, berikut daftar 10 destinasi wisata yang paling banyak dicari di Indonesia menurut Google. 1. Jakarta 2. Bandung 3. Yogyakarta 4. Badung (Kuta) 5. Surabaya 6. Malang 7. Semarang 8. Bogor 9. Medan 10. Bandung Barat (Lembang)”(Doni, 2018).

Terjadinya letusan merapi pada tahun 2010 Lava dan material meluluhlantahkan Pedesaan Kaliurang akibat terjangan awan panas. Rumah-rumah hancur, gardung pandang tinggal puing-puing, alam yang dulunya hijau dan rimbun mati oleh sisa-sisa material menjadikan tempat ini bagaikan hamparan pasir bercampur dengan debu dan bebatuan lava (Fiki, 2013).

Yogyakarta adalah daerah istimewa setingkat provinsi di Pulau Jawa, Indonesia. Luas wilayahnya 3.185,80 kilometer persegi atau sepersepuluh luas Jawa Tengah. Yogyakarta atau Ngayogyakarta (bahasa Jawa) merupakan nama yang diberikan oleh Pakubuwono II (raja Mataram tahun 1719-1727) sebagai pengganti nama pesanggrahan Garjitawati. Yogyakarta berarti Yogya yang kerta, Yogya yang makmur, sedangkan Ngayogyakarta Hadiningrat berarti Yogya yang makmur dan yang paling utama (Lintang, 2019).

Yogyakarta mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun asing. Dalam peta kepariwisataan nasional, Yogyakarta menjadi destinasi wisata paling populer di Indonesia setelah Bali. Terdapat banyak sekali destinasi wisata yang menjadi andalan kota Yogyakarta, seperti wisata pantai, wisata budaya, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata spiritual, wisata pendidikan, wisata merapi, dan lain sebagainya (Yanto, 2015).

Untuk mengetahui perkembangan pariwisata di Yogyakarta salah satunya dapat diketahui melalui jumlah wisatawan yang datang setiap tahunnya. Berikut tabel I.1 merupakan data yang menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus) yang melakukan kunjungan ke Kota Yogyakarta dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 (Ci, 2018).

**Tabel I. 1**  
**Jumlah Wisatawan ke Yogyakarta Tahun 2013-2017**

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Wisman	235.893	245.213	308.485	355.313	397.951
Wisnus	2.602.074	3.091.967	3.813.870	4.194.261	4.831.347
Jumlah	2.837.967	3.346.180	4.122.355	4.549.574	5.229.298

**Sumber:** <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/>

Dapat dilihat dari tabel di atas jumlah wisatawan ke Yogyakarta mengalami peningkatan tiap tahunnya. Peningkatan ini mengalami keseimbangan antara wisatawan domestik dengan wisatawan mancanegara yang sama-sama keduanya mengalami peningkatan tiap tahunnya. Untuk peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2015 jumlah wisatawan 4.122.355 dan tahun sebelumnya 2014 adalah 3.346.180 maka peningkatannya sebesar 776.175 terbesar sepanjang 2013-2017 dan pada tahun 2017 tidak terlampau jauh peningkatannya dengan tahun 2014, peningkatan di tahun 2014 sebesar 679.724.

Wisata Merapi merupakan salah satu wisata alam yang cukup ramai pada saat liburan sekolah, menurut bapak Ketua Asosiasi Jip Wisata Lereng Merapi (AJWLM) Wilayah Barat Dardiri, menyatakan bahwa, masa puncak liburan akhir tahun 2018 terjadi pada 23 Desember 2018 lalu. Saat itu, wisatawan yang menggunakan jasa Jip Lava Tour mencapai 9 ribu wisatawan per hari, Adapun Jumlah wisatawan lava tour Yogyakarta dari tahun 2013-2017 diterangkan dalam tabel 1.2 sebagai berikut

**Tabel I. 2**  
**Jumlah Wisatawan ke Lava Tour Yogyakarta Tahun 2013-2017**

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Wisman	-	38.741	-	-	238
Wisnus	286.041	294.936	233.011	273.172	280.053
Jumlah	286.041	332.667	233.011	273.172	280.291

**Sumber:** <https://visitingjogja.com/download/statistik-pariwisata/>

Dari data di atas pada tabel terlihat jelas bahwa terjadi kenaikan dan penurunan jumlah wisatawan yang melakukan kunjungan ke Jeep Lava Tour Yogyakarta. Walaupun pada tahun 2014 jumlah wisatawan Jeep Lava Tour Yogyakarta mengalami jumlah wisatawan sebesar 332.667 orang, namun pada tahun-tahun selanjutnya jumlah wisatawan Keraton Yogyakarta terus mengalami penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang menyebabkan penurunan niat berkunjung kembali ke Jeep lava Tour, sebagaimana dijelaskan dalam data. Untuk mengetahui faktor tersebut, maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber observasi langsung ke daerah wisata Jeep lava Tour.

Permasalahan pertama menurut wawancara peneliti dengan bapak Ibnu yang sudah 2 kali mengunjungi Jeep Lava Tour yaitu, tidak adanya inovasi yang baru di jeep lava tour seperti misalnya penambahan rute perjalanan tour mengelilingi merapi sehingga bapak ibnu ini sedikit merasa kecewa.

Berdasarkan observasi melalui pengamatan langsung dan melalui media online internet tidak adanya variasi perjalanan (tour) yang ditawarkan berbeda dari tahun sebelumnya dari Lava Jeep tour. Ini masalah yang bersinggungan dengan variabel *novelty seeking*.

Dengan didukungnya fakta diatas dan penelitian terdahulu yaitu menurut, (Sahin, 2018 ) terdapat hubungan yang signifikan anatar *novelty seeking* dengan kepuasan wisatawan, dengan didukungnya fakta dan terdaptnya penelitian terdahulu

Permasalahan kedua (Dho 2018) Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sleman menilai Pemerintah Daerah (Pemda) kurang tegas dalam upaya pengaturan terhadap operasional Jeep wisata Lava Tour Merapi. Jika terus dibiarkan tanpa adanya pengawasan yang lebih ketat, maka dikhawatirkan korban akan semakin berjatuhan.

(Ristu Hanafi 2018 )Kecelakaan jip wisata lava tour Gunung Merapi di Kabupaten Sleman tercatat sudah tiga kali terjadi sejak Januari 2018. Dari tiga kecelakaan tersebut, dua penumpang tewas. Peristiwa pertama terjadi pada 7 Januari 2018 kecelakaan dialami jip wisata lava tour Merapi. Saat itu jip yang dikemudikan oleh WJS (18), mengangkut enam orang penumpang kecelakaan setelah berusaha menyalip sebuah bus wisata di Jalan Kaliurang Km 20, Pakem. Jip membentur bodi belakang bus dan oleng. Satu penumpang jip tewas yakni Fatun Hikmah (50) warga Gabus, Pati, Jawa Tengah.

Kejadian tersebut mengakibatkan beberapa pembatalan wisata Jeep Lava Tour (Yanuar H 2018) Usai insiden maut yang menewaskan seorang penumpang jip, kini aktivitas Jeep [Lava Tour Merapi](#) menurun. Eko Budianto, perwakilan Komunitas Belantara Adventure Merapi, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, mengaku banyak

tamu yang membatalkan rencana kedatangan mereka sesaat berita kecelakaan itu beredar.

Maka dengan fakta diatas dapat disimpulkan bahwa resiko yang dirasakan *perceived risk* mempengaruhi citra destinasi *affective image* dan *kognitive image*.

Menurut peneliti terdahulu (Le Chi, 2016) terdapat hubungan signifikan antara *perceived risk* terhadap *affective image* dan *perceived risk* dengan *perceived risk* terhadap *cognitive image*. Dengan didukungnya fakta dan penelitian terdahulu maka peneliti tertarik

Penyebab terjadinya permasalahan (Ristu Hanafi 2018 ) Polres Sleman menetapkan Teguh Nugroho (43), sopir jip wisata lava tour Gunung Merapi yang terperosok ke jurang sedalam 4 meter dan menewaskan seorang wisatawan dan 4 lainnya luka-luka, sebagai tersangka. Ini hasil penyelidikan yang dilakukan polisi terkait kasus tersebut. "Driver jip tidak bisa mengendalikan kendaraannya. Ini masih dialami apakah murni kelalaian driver atau juga faktor kendaraan," kata Kasat Lantas Polres Sleman, AKP M Faisal Pratama.

(Arfiansyah Panji 2018) Dishub Kabupaten Sleman dan Polres Sleman menggelar sidak kelaikan di 2 dari 30 *pool* jip wisata Lava Tour Merapi, Rabu (20/6). Dari sidak tersebut, lima jip dikandangkan dan tidak diperbolehkan beroperasi sebelum ada perbaikan. "Saat ini dikandangkan di *pool* masing-masing dengan dipasangi *police line*. Kendaraan dilarang beroperasi sebelum ada perbaikan kendaraan, serta ditilang beberapa kendaraan saat sudah di lapangan,

Permasalahan di atas bersinggungan dengan kepuasan wisatawan, Affective dan cognitive image terhadap variabel niat mengunjungi kembali. Menurut peneliti terdahulu (Chew, 2014) mempunyai pengaruh yang signifikan positif hubungan *afektive image, cognitive image*, kepuasan wisatawan terhadap niat mengunjungi kembali.

dan menurut penelitian terdahulu karena insiden kecelakaan tersebut yang mengakibatkan 4 orang tewas itu menurunkan citra dari Jeep Lava tour baik affective atau cognitive dan mengakibatkan persepsi resiko yang sangat tinggi membuat wisatawan ada yang membatalkan dan permasalahan juga ada di kendaraan jeep sampai ada yang tertangkap Dishub belum melakukan service.

Menurunnya niat wisatawan untuk berkunjung kembali (*Revisit Intention*) ke Jeep Lava Tour Yogyakarta diduga karena kurangnya kepuasan wisatawan (*Tourist Satisfaction*) saat berkunjung ke Jeep lava Tour.

Berdasarkan observasi melalui pengamatan langsung dan melalui media online internet tidak adanya variasi perjalanan (tour) yang ditawarkan berbeda dari tahun sebelumnya dari Lava Jeep tour. Ini masalah yang bersinggungan dengan variabel *novelty seeking*.

Menurut peneliti terdahulu Herstanti et al. (2014) terdapat pengaruh yang positif kepuasan wisatawan terhadap niat mengunjungi kembali. Maka berdasarkan fakta yang ditemukan peneliti dan penelitian terdahulu, peneliti tertarik meneliti hubungan kepuasan wisata

Dengan latar belakang ketidaksesuaian diantara penelitian yang pernah dilakukan yaitu penelitian yang variabelnya belum pernah di teliti oleh peneliti lain dan masih membutuhkan penjelasan lebih lanjut. Dalam penelitian ini peneliti akan menghubungkan variabel *Novelty Seeking*, *Perceived risk*, *affective image*, *cognitive Image*, Kepuasan Wisatawan, niat mengunjungi kembali dan dikaitkan dengan masalah-masalah di Jeep Lava Tour dan kemudian diambil kesimpulan mengenai hasil peneliti yang akan di teliti.

Penelitian untuk variabel tersebut pada objek wisata masih jarang karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti ulang faktor-faktor dari minat berkunjung kembali ke Jeep Lava Tour. Hal tersebut juga di dukung oleh sumber portal berita, yakni masing-masing variabel terkait dengan minat berkunjung kembali serta observasi yang di lakukan oleh peneliti.

Berdasarkan paparan research gap (pencarian melalui media online maupun offline) dan literature review (review dari jurnal-jurnal dan buku) yang di kemukan diatas, maka peneliti memperoleh gambaran bahwa *Novelty Seeking*, *Perceived risk*, *affective image*, *cognitive Image*, Kepuasan Wisatawan, dan Minat berkunjung kembali. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “Mendeskripsikan niat berkujung kembali ke Jeep Lava Tour : Apakah *Novelty Seeking*, *Perceived risk*, *affective image*, *cognitive Image*, dan Kepuasan Wisatawan berpengaruh?”.

## B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas sehingga dapat dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *novelty seeking* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
2. Apakah resiko yang dirasakan (*perceived risk*) memiliki pengaruh positif terhadap citra afektive (*affective image*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
3. Apakah resiko yang dirasakan (*perceived risk*) memiliki pengaruh positif terhadap Kognitive Image (*cognitive image*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
4. Apakah citra afektive (*affective image*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
5. Apakah *affective image* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
6. Apakah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
7. Apakah Kognitive Image (*cognitive image*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?
8. Apakah Kognitive Image (*cognitive image*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pencarian hal baru (*novelty seeking*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui apakah resiko yang dirasakan (*perceived risk*) memiliki pengaruh positif terhadap citra afektive (*affective image*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui apakah resiko yang dirasakan (*perceived risk*) memiliki pengaruh positif terhadap citra kognitive (*cognitive image*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui apakah citra afektive (*affective image*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui apakah citra afektive (*affective image*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui apakah kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
7. Untuk mengetahui apakah citra kognitive (*cognitive image*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan (*tourist satisfaction*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.
8. Untuk mengetahui apakah citra kognitive (*cognitive image*) memiliki pengaruh positif terhadap niat berkunjung kembali (*revisit intention*) di Jeep Lava Tour Yogyakarta.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Teoretis

Penelitian merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan teori kasusnya dibidang pemasaran ke dalam dunia praktek yang sesungguhnya serta untuk mengembangkan pemikiran mengenai *tourism marketing* terhadap suatu objek wisata budaya.

## 2. Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang bermanfaat bagi unit pelaksana teknis Jeep Lava tour Yogyakarta untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga akan mudah untuk melakukan pengembangan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.