

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan secara konsisten dari tahun ke tahun (Utama, 2014). Pengembangan sektor pariwisata yang dilakukan dengan baik akan mampu menarik wisatawan domestik maupun wisatawan asing untuk datang berkunjung dan membelanjakan uangnya dalam kegiatan berwisatanya (Huda & Ikhwan, 2016). Dari transaksi itulah masyarakat daerah wisata akan terangkat taraf hidupnya. Untuk saat ini, pertumbuhan pariwisata Indonesia mencapai 22%, di atas rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia sebesar 6,4%, dan di ASEAN sebesar 7% menjadikan Indonesia berada di peringkat 9 dunia, nomor 3 di Asia, dan nomor 1 di Asia Tenggara (Yahya, 2018). Hal ini dapat terjadi karena berbagai macam hal, seperti adanya perbaikan infrastruktur Indonesia, akses, kesehatan & kebersihan tempat wisata (Kementerian Pariwisata, 2019). Dengan begitu, dapat menarik minat masyarakat baik mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke Indonesia, sehingga berdampak pada terjadinya peningkatan nilai devisa negara setiap tahunnya.

Ada beberapa provinsi di Indonesia yang mempunyai potensi pariwisata yang cukup baik yaitu salah satunya Jawa Barat. Daya tarik wisata yang dimiliki Provinsi Jawa Barat sangat beragam jenisnya. Wisata alam, budaya, maupun buatan tersebar di wilayah Jawa Barat, dengan keunikan lokal yang khas yang memperkuat daya saing produk wisata Jawa Barat. Keragaman daya tarik Jawa Barat dinyatakan dengan GURILAPS, gunung, rimba, air, laut, pantai, sungai dan seni budaya.

(Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat, 2017). Dengan beragamnya daya tarik wisata di Jawa Barat, banyak wisatawan yang mengunjungi Jawa Barat.

Adapun data jumlah wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat dalam beberapa tahun terakhir:

**Tabel 1. Jumlah Wisatawan di Jawa Barat
Tahun 2012-2016**

Tahun		Jumlah Wisatawan
1	2012	44.663.441
2	2013	47.330.580
3	2014	49.954.727
4	2015	58.362.335
5	2016	63.156.760

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2016

Dari data di atas dapat diketahui bahwa wisatawan yang datang berkunjung ke Jawa Barat terus meningkat setiap tahunnya. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan pada suatu daerah, dapat memberikan peluang untuk meningkatkan pendapatan bagi warga setempat serta pemerintah.

Indonesia adalah negara yang terletak di Cincin Api Pasifik/*Ring of Fire* (Raslan, 2018). Hal itu membuat Indonesia memiliki sekitar 400 gunung api dengan kawahnya yang indah, dan 130 diantaranya merupakan gunung api aktif (BPBD Jabar, 2016). Hari ini gunung berapi tidak hanya menarik para peneliti untuk datang, tetapi juga menarik orang untuk tujuan pariwisata dan rekreasi, pemandangan indah dan pemandangan unik membuat gunung berapi menjadi

tujuan wisata, karena dalam dekade terakhir, gunung berapi sebagai destinasi wisata berkembang sangat cepat dan menciptakan tipologi baru objek wisata yang disebut sebagai *volcano tourism*, juga pertumbuhan *volcano tourism* memiliki hubungan yang erat dengan *geotourism*, yang mana *volcano tourism* merupakan cabangnya (Cahyadi, 2014). *Volcano tourism* merupakan tempat wisata yang menghasilkan profit ekonomi dan berdasar pada sebuah gunung (Erfurt-Cooper, Sigurdsson, & Lopes, 2015).

Berdasarkan kunjungan yang dilakukan oleh peneliti pada 26 Maret 2019, peneliti mendapatkan pengetahuan bahwa Kawah Putih Ciwidey merupakan salah satu objek wisata *volcano tourism* di Jawa Barat. Kawah Putih terletak di puncak gunung Patuha. Selain itu, peneliti mendapat kesempatan untuk berbincang dengan beberapa pengunjung Kawah Putih. Beberapa alasan mereka melakukan kunjungan yaitu cita tempat Kawah Putih Ciwidey yang memiliki pemandangan indah serta ingin menikmati suhu udara dingin khas pegunungan. Hal itu senantiasa memberikan kepuasan tersendiri bagi mereka. Juga, ternyata kunjungan tersebut bukan pengalaman pertama mereka berkunjung ke sana. Suhu udara di kawah putih bisa mencapai 5-20 derajat, dingin dan sejuk sehingga banyak wisatawan yang nyaman dalam kunjungannya.

Adapun data jumlah wisatawan yang mengunjungi Kawah Putih adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah Pengunjung Kawah Putih Ciwidey Tahun 2013-2017

Tahun	Jumlah
2013	301.936
2014	172.535
2015	365.972
2016	283.934
Oktober 2017	284.302

Sumber: KBM Wisata Perum Perhutani Divisi Regional Jabar dan Banten dalam (Ratri, 2017)

Berdasarkan data jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2013 sampai dengan Oktober 2017 di Kawah Putih mengalami naik turun wisatawan yang berkunjung. Dilihat dari total pengunjung pada tahun 2013 ke 2014, wisatawan mengalami penurunan yang cukup tinggi. Kemudian di tahun 2015 mengalami kenaikan kembali yang tinggi pada wisatawan. Lalu pada tahun 2016 terjadi penurunan kembali pengunjung Kawah Putih, kemudian pada Oktober 2017 terlihat sudah ada peningkatan dari wisatawan dilihat dari jumlahnya yang sudah melenihi total kunjungan wisatawan pada tahun 2016.



Gambar 1. Kawah Putih Ciwidey

Sumber: hasil observasi peneliti, 26 Maret 2019

Selanjutnya, dalam penelitian ini, peneliti melakukan *research* terkait variabel yang ingin dibahas. Namun sebelumnya, peneliti juga melakukan *research* mengenai penelitian terdahulu tentang Kawah Putih Ciwidey dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1	(Rahayu, Nurrochmat, & Fachrodji, 2015)	<i>Marketing Mix Analysis of Natural Tourism Area ' Kawah Putih ' and Its Effect on Visitors ' Decision</i>	<i>decision of visitors, kawah putih, marketing mix, tourists</i>
2	(Martina, 2014)	Dampak Pengelolaan Taman Wisata Alam Kawah Putih terhadap Kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat	<i>Economic, Parks Nature, Social</i>
3	(Azzahra & Sujali, 2013)	Pengembangan Pariwisata Alam Kawasan Ciwidey di Kabupaten Bandung	<i>Development, supply, tourismad</i>
4	(Aryananda, Basuni, & Sunarminto, 2017)	Efektivitas Promosi Ekowisata Kawah Putih oleh Kesatuan Bisnis Mandiri I Perhutani (Promotions Effectiveness of Kawah Putih Ecotourism by Perhutani's Independently Bussines Unit I)	<i>Ciwidey, effective, epic; perhutani; promotion</i>
5	(Gatri, 2017)	Pengaruh Produk Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan (Studi pada Wisatawan Wana Wisata Kawah Putih Bandung)	<i>Atraksi, amenitas, aksesibilitas, kepuasan wisatawan</i>

Sumber: diolah oleh peneliti, 2019

Topik mengenai penelitian Kawah Putih Ciwidey bermacam-macam, namun belum ada yang menggunakan variabel nilai yang dirasakan, keterikatan tempat, citra tempat, kepuasan dan niat mengunjungi kembali. Menurut penelitian (Chen & Chen, 2010), nilai yang dirasakan memiliki pengaruh positif dan juga penentu langsung kepuasan. Zeithaml (1988:14) mengungkapkan nilai yang dirasakan sebagai *“the consumer’s overall assessment of the utility of a product (or service) based on perceptions of what is received and what is given”*. Dengan kata lain, penilaian keseluruhan konsumen atas kegunaan suatu produk (atau jasa)

berdasarkan persepsi mengenai apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan.

Selain nilai yang dirasakan, keterikatan tempat juga menjadi peran penting karena memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan (Prayag & Ryan, 2012). Smith (2013:9) mengatakan “*In simple terms, place attachment describes the emotional ties that people have to a place*” Dengan kata lain, singkatnya keterikatan tempat menggambarkan ikatan emosional yang dimiliki orang terhadap suatu tempat. Keterikatan tempat sendiri menjadi salah satu faktor penentu paling penting kepuasan (Lee, Kyle, & Scott, 2012).

Variabel lain yang menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan adalah citra tempat (Allameh, 2015). Jenkins (1999) menyebutkan citra wisata merupakan persepsi individu atau grup mengenai sebuah tempat. Semakin persepsi positif pengunjung tentang tempat meningkat, tingkat kepuasan mereka juga meningkat (Prayag, 2009).

Menurut Baker dan Crompton (2000) kepuasan pengunjung merupakan pengalaman nyata dari wisatawan setelah mendapatkan pengalaman, yang berasal dari perasaan psikologis yang dihasilkan dari pengalaman individu dalam tujuan tempat wisata. Kepuasan pengunjung memiliki pengaruh positif terhadap minat mengunjungi kembali (Assaker, Vinzi, & O’Connor, 2011). Pratminingsih (2014) mengatakan konsep niat mengunjungi kembali merupakan bentuk pembelian kembali layanan pariwisata atau layanan rekreasi atau mengunjungi kembali sebuah tujuan atau daya tarik pengunjung.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dilampirkan di atas dalam penerapan teori-teori dari hasil penelitian para peneliti terdahulu mengenai variabel nilai yang dirasakan, keterikatan tempat, citra tempat, kepuasan dan niat mengunjungi kembali serta belum adanya penelitian mengenai Kawah Putih Ciwidey dengan variabel-variabel tersebut, maka atas dasar penjabaran pemikiran di ataslah, penelitian ini akan menggunakan 5 (lima) variabel yaitu nilai yang dirasakan, keterikatan tempat, citra tempat, kepuasan dan niat mengunjungi kembali, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Kepuasan dan Niat Mengunjungi Kembali Pengunjung Kawah Putih Ciwidey: Faktor-faktor yang Memengaruhi”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan?
2. Apakah keterikatan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan?
3. Apakah citra tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan?
4. Apakah kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?
5. Apakah nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?
6. Apakah keterikatan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?
7. Apakah citra tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengunjungi kembali?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan nilai yang dirasakan terhadap kepuasan
2. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan keterikatan tempat terhadap kepuasan
3. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan citra tempat terhadap kepuasan
4. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kepuasan terhadap niat mengunjungi kembali
5. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan nilai yang dirasakan terhadap niat mengunjungi kembali
6. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan keterikatan tempat terhadap niat mengunjungi kembali
7. Untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan citra tempat terhadap niat mengunjungi kembali

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis kepada mahasiswa dan dosen serta pengelola Kawah Putih Ciwidey. Bagi akademisi, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran teoritis hubungan pengaruh nilai yang dirasakan, keterikatan tempat, citra tempat, kepuasan dan hal-hal lain mengenai niat

mengunjungi kembali Kawah Putih Ciwidey, serta menjadi bahan rujukan penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi unit pelaksana Kawah Putih Ciwidey untuk mengetahui variabel-variabel mana yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga akan mudah untuk melakukan pengembangan khususnya yang berkaitan dengan kepuasan pengunjung dan niat mengunjungi kembali.