

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia, terletak di utara Australia dan selatan Filipina dan di kawasan Asia Tenggara, Citra satelit analisis yang dilakukan di awal 2000-an, mengungkapkan bahwa Indonesia memiliki 18,108 pulau. Indonesia terletak di kawasan *ring of fire* dan memiliki 400 gunung berapi, dimana terdapat 129 gunung berapi yang masih aktif. Gunung adalah suatu bentuk permukaan tanah yang menjulang yang letaknya jauh lebih tinggi daripada tanah-tanah di daerah sekitarnya. Gunung pada umumnya lebih besar dibandingkan dengan bukit. Gunung pada umumnya memiliki lereng yang curam dan tajam dan berbatuan (Erfurt-Cooper *et al.*, 2015).

Pada awalnya aktivitas pariwisata di sebuah pegunungan masih termasuk kategori *geotourism*. Lalu perkembangan pariwisata gunung berapi berubah menjadi *volcano tourism* pada abad ke-18 dan berevolusi dari wisata yang hanya untuk kalangan elit menjadi pariwisata massal untuk siapa saja seperti hari ini dan menjadi salah satu sektor paling penting dari *geotourism*. *Volcano tourism* digambarkan sebagai tempat wisata yang menghasilkan keuntungan ekonomi dan berdasar pada sebuah gunung. *Volcano tourism* memberikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi tanpa melihat perubahan musim dan iklim (Erfurt-Cooper *et al.*, 2015). Gunung berapi dibedakan dalam

tiga kategori berdasarkan sejarah letusannya, yaitu gunung api tipe A, tipe B, dan tipe C. Gunung api tipe A tercatat pernah meletus sejak 1600, jumlahnya 79. Tipe B adalah gunung api yang mempunyai kawah dan lapangan *sofatara/fumarola* tapi tidak ada sejarah letusan sejak tahun 1600, jumlahnya 29. Gunung api tipe C hanya berupa lapangan *sofatara/fumarola*, dengan jumlah 21 gunung api (Erfurt-Cooper *et al.*, 2015).

Gunung api tipe A yang diprioritaskan untuk diamati. Setiap tahun terdapat 10 sampai 12 gunung api yang meningkat aktivitasnya, yang mencapai tahap letusan sebanyak dua sampai empat dengan karakter yang berbeda. Paling sedikit ada lima karakter letusan gunung api di Indonesia yang diamati dalam empat dekade terakhir, yaitu letusan yang menghasilkan kubah lava, letusan dari danau kawah, ketiga letusan dengan pipa (kepundan) yang terbuka, keempat adalah letusan gas, dan yang ke lima adalah letusan yang menghasilkan bukit baru di dalam kaldera.

Jumlah keseluruhan gunung berapi di Indonesia mencakup 13% dari total populasi yang berada di seluruh dunia. Letusan terbesar yang terjadi di Indonesia terjadi pada tahun 1815 dan menjadikan letusan paling mematikan dalam sejarah manusia. Letusan tersebut membuat suhu bumi menurun drastis dan banyak terjadi kelaparan. Letusan yang terjadi pada era moderen terjadi pada Gunung Krakatau yang terjadi pada tahun 1883 (www.bbc.com, 2018). Letusan tersebut membuat bumi tertutup gumpalan asap hasil erupsi, dan debu hasil erupsi tersebar hampir di seluruh dunia. Letusan Gunung Krakatau

menghasilkan gunung berapi aktif yang baru yang dinamakan dengan Gunung Anak Krakatau.

Selain menimbulkan bencana gunung berapi juga sangat berguna untuk manusia. Belerang dan pasir merupakan salah satu komoditas yang sering dimanfaatkan. Selain dari hasil endapan yang dihasilkan, gunung berapi juga menyuguhkan keindahan panorama yang dapat memanjakan mata. Sisi positif lain dari adanya gunung berapi adalah keindahannya yang bisa di nikmati dari berbagai sisi. Salah satu hal yang paling disukai oleh wisatawan terutama wisatawan mancanegara adalah melihat, mendengar dan merasakan secara langsung betapa panasnya suhu di dekat mulut kawah.

Beberapa gunung berapi yang ada di Indonesia memiliki flora dan fauna endemik yang hanya dapat ditemukan di kawasan tersebut, di kawasan wisata alam Gunung Merapi terdapat tiga flora endemik yaitu tanaman Gondopuro, salah satu jenis tumbuhan perdu yang daunnya dapat dipakai sebagai campuran obat/minyak gosok. Kemudian ada pula tanaman anggrek panda *three colour*, dan buah Sarangan (Parwito, 2012).

Salah satu yang dapat dinikmati pada gunung api ialah wisata kawahnya, di Indonesia terdapat kawah yang cukup unik yaitu kawah Ijen yang terletak di pada kawasan wisata alam kawah Ijen. Kawah Ijen menawarkan fenomena alam yang unik yaitu fenomena *Blue fire* yang menyuguhkan panorama api biru yang hanya ada di Indonesia. Selain kawah Ijen yang dapat dinikmati di kawasan pulau Jawa terdapat Gunung Tangkuban Perahu yang memiliki tiga kawah yaitu: Kawah Ratu, Kawah Domas, Kawah Upas. Kawah-kawah yang

berada di kawasan wisata alam tangkuban perahu mengandung belerang yang dipercaya dapat menyembuhkan beberapa penyakit kulit.

Pariwisata di Indonesia menurut UU Kepariwisata No. 9 tahun 1990 pasal 1 (5) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidangnya. Salah satu provinsi di Indonesia dengan jumlah objek wisata yang beragam adalah Jawa Barat. Potensi objek dan daya tarik di Provinsi Jawa Barat sangat beragam dan tersebar di kabupaten/kota di Jawa Barat. Objek dan daya tarik wisata tersebut telah menarik kunjungan tidak hanya wisatawan dalam negeri tetapi juga wisatawan mancanegara. Wisata rekreasi berbasis alam menjadi daya tarik utama, berdasarkan data jumlah kunjungan wisatawan ke objek dan daya tarik wisata yang terdapat di Jawa Barat, tercatat ada tujuh objek wisata yang memiliki jumlah kunjungan terbanyak, yakni Kebun Raya Bogor (Kota Bogor), Air Panas Ciater (Kab Subang), Makam Sunan Gunung Jati (Kab Cirebon), Kebun Binatang Bandung (Kota Bandung), Taman Safari Indonesia (Kab Bogor), Pantai Pangandaran (Kab Ciamis) serta Gunung Tangkuban Parahu (Kab. Bandung) (Hidayat, 2011).

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Jawa Barat

Tahun	Jumlah Wisatawan
2012	44.663.441
2013	47.330.580
2014	49.954.727
2015	58.362.335
2016	63.156.760

Sumber: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat (2017)

Sebagai salah satu kawasan wisata alam yang paling ramai dikunjungi di daerah Jawa Barat, Taman Wisata Alam Tangkuban Perahu juga memiliki

berbagai fasilitas wisata penunjang di samping wisata alami yang ditawarkan. Gunung Tangkuban Parahu merupakan salah satu obyek wisata yang ada di Jawa Barat yang terletak di kawasan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Gunung tersebut terlihat seperti perahu raksasa yang tertelungkup. Ketinggian Gunung Tangkuban Parahu ini kurang lebih 2.084 meter dari permukaan laut, gunung ini memiliki kawah aktif, dari jumlah kawah terdapat sembilan kawah, dalam sejarah geologi Gunung Tangkuban Parahu ini merupakan sisa dari Gunung Purba di Indonesia, menurut para ahli geologi kawasan dataran tinggi di permukaan tinggi Bandung yang memiliki ketinggian kurang lebih 109 meter dari permukaan laut adalah merupakan sisa dari sebuah danau besar yang terbentuk akibat dari pembendungan sungai Citarum, sehingga bila dikaitkan dengan legenda masyarakat Gunung Ini berkaitan dengan peristiwa saat itu (twatangkubanparahu.com, 2019). Beberapa obyek wisata selain kawah alami yang ada di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu di antaranya Taman Orchid, dan Taman Cinta. Dari banyaknya potensi wisata alam yang dapat dikembangkan pada kawasan gunung berapi, pengelola harus jeli untuk menonjolkan potensi-potensi pariwisata agar dapat memaksimalkan kelebihan yang dimiliki oleh kawasan wisata agar dapat meningkatkan volume wisatawan yang ada di Indonesia secara umum.

Selanjutnya, dalam penelitian ini, peneliti melakukan *research* terkait variabel yang ingin dibahas. Namun sebelumnya, peneliti juga melakukan *research* mengenai penelitian terdahulu tentang Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian
1	Yeni Yuniawati dan Ajeng Dewi Indriyani (2016)	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Revisit Intention</i> di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu	<i>Customer Experience, Revisit Intention</i>
2	Marceila Suryana (2017)	Analisis Atraksi Wisata di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu	Analisis Lingkungan Atraksi Wisata
3	Muhamad Nurhidayat (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Wisatawan di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu	Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Wisatawan

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Topik mengenai penelitian Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu bermacam-macam, namun belum ada yang menggunakan variabel persepsi harga, citra destinasi dan nilai yang dirasakan.

Variabel Z dalam penelitian ini adalah niat mengunjungi kembali, peneliti berpendapat bahwa variabel mengunjungi kembali dapat mengukur sejauh mana usaha-usaha maksimalisasi potensi kawasan wisata yang dilakukan oleh pengelola taman wisata dapat diterima dengan positif oleh para wisatawan yang sudah pernah berkunjung. Pengalaman positif yang dirasakan oleh wisatawan akan berdampak pada keinginan untuk mengunjungi kembali sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh (Hang dan Hsui, 2009).

Setelah maksimalisasi potensi pariwisata yang ada dan kegiatan promosi kawasan wisata telah dilakukan, hal lain yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan volume/jumlah wisatawan di suatu kawasan wisata adalah kepuasan wisatawan (Y). Kepuasan pelanggan diartikan sebagai fungsi dari

seberapa sesuai harapan pembeli produk dengan apa yang didapatkan atau apa yang dirasakan pembeli (dalam hal ini wisatawan) atas jasa tersebut, kepuasan pelanggan juga merupakan respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu (Kotler, 2012). Keterkaitan antara variabel mengunjungi kembali dan kepuasan pelanggan diterangkan oleh Kim *et al.*, (2009), melakukan penelitian tentang pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat mengunjungi kembali. Penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan dan positif antara variabel kepuasan pelanggan dan minat berkunjung kembali.

Hal lain yang harus diperhatikan lebih lanjut adalah penentuan biaya tiket masuk kawasan wisata. Penetapan biaya tiket masuk yang sesuai dengan apa yang didapatkan oleh wisatawan adalah hal yang sangat penting. Menurut Ridwan Kamil selaku Gubernur Jawa Barat dalam wawancara yang dilakukan dengan *kompas.com*, harga tiket di Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban Parahu terlalu mahal, khususnya bagi wisatawan mancanegara (*kompas.com*, 2019). Pihak pengelola perlu mempertimbangkan manfaat dan fasilitas yang didapatkan oleh calon wisatawan. Persepsi harga (X1) suatu produk atau jasa dirasa penting untuk menilai atau untuk mewakili alasan-alasan pelanggan untuk mengunjungi kembali suatu obyek pariwisata. Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan nilai lain berupa manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima

sebuah organisasi yang ditujukan untuk mendapatkan *profit*, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Khansa dan Farida (2016), melakukan penelitian tentang pengaruh harga terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian tersebut mengungkapkan adanya pengaruh positif signifikan antara variabel persepsi harga terhadap minat mengunjungi kembali. Sedangkan Prasetyo (2012), yang melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan mengemukakan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel harga dengan kepuasan pelanggan.

Selain itu, para wisatawan biasanya juga mempertimbangkan daya tarik dari sebuah kawasan wisata dalam proses pemilihan keputusan kunjungan yang dilakukan. Citra destinasi (X_2) dapat mempengaruhi wisatawan dalam memutuskan perjalanan, perilaku pada tempat destinasi maupun tingkat kepuasan dari seorang wisatawan (Jenkins, 1999). Direktur Utama Graha Rani Putera Persada (GRPP), Putra Kaban, menyebutkan bahwa sepanjang tahun 2018 kawasan Tangkuban Perahu mengalami penurunan jumlah wisatawan sebanyak 6% dibanding tahun-tahun sebelumnya. Dengan rata-rata wisatawan tahunan sekitar 1,4 juta wisatawan lokal dan 64 ribu wisatawan mancanegara (Prilatama, 2019). Carla et al., (2017), melakukan penelitian tentang hubungan *destination image*, *perceived quality*, dan *perceived value* terhadap kepuasan

pelanggan dan *revisit intention* di Tanjung Benoa, hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel nilai yang dirasakan, citra destinasi, kepuasan pelanggan dengan minat mengunjungi kembali. Sedangkan Samsudin pada tahun (2016), dalam penelitian-nya menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel citra destinasi, kepuasan pelanggan dan minat mengunjungi kembali.

Hal lain yang dirasa penting untuk menumbuhkan atau mempertahankan loyalitas pelanggan adalah *value* atau nilai dari produk atau jasa yang disediakan. Nilai yang dirasakan (X3) yang ditawarkan oleh suatu tempat wisata dapat menyebabkan atau meningkatkan loyalitas para wisatawan akan tempat wisata tersebut. Untuk itu pengelola wisatawan harus menciptakan *value* yang besar agar dapat menjadi faktor kunci keberhasilan pengelola dalam mempertahankan atau membentuk loyalitas para wisatawan (Trasorras *et al.*, 2009). Carla *et al.*, (2017), menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel nilai yang dirasakan, citra destinasi, kepuasan pelanggan dan minat mengunjungi kembali. Sedangkan penelitian Yang dan Peterson (2004), menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel nilai yang dirasakan dengan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dilampirkan di atas dalam penerapan teori-teori dari hasil penelitian para peneliti terdahulu mengenai variabel persepsi harga, citra destinasi, nilai yang dirasakan, kepuasan dan niat mengunjungi kembali serta belum adanya penelitian mengenai Kawasan Wisata Alam Gunung Tangkuban perahu dengan variabel-variabel tersebut,

maka atas dasar penjabaran pemikiran di ataslah, penelitian ini akan menggunakan lima variabel yaitu persepsi harga, citra destinasi, nilai yang dirasakan, kepuasan dan niat mengunjungi kembali, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Niat Mengunjungi Kembali di Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu: Peran kepuasan pelanggan, persepsi harga, citra destinasi dan nilai yang dirasakan”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat diketahui identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali?
2. Apakah citra destinasi pada taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali?
3. Apakah nilai yang dirasakan pada taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali?
4. Apakah persepsi harga yang ditetapkan oleh pengelola taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
5. Apakah citra destinasi pada taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
6. Apakah nilai yang dirasakan pada taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?

7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan juga rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi harga taman wisata alam Gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali.
2. Untuk mengetahui citra destinasi taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali.
3. Untuk mengetahui nilai yang dirasakan taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali.
4. Untuk mengetahui persepsi harga taman wisata alam gunung Tangkuban Perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui citra destinasi pada Taman wisata alam gunung tangkuban perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. Untuk mengetahui nilai yang dirasakan pada taman wisata alam gunung tangkuban perahu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap minat mengunjungi kembali

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang cukup signifikan sebagai masukan pengetahuan atau literatur ilmiah yang dapat dijadikan bahan kajian bagi para insan akademik

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi unit pelaksana wisata alam Gunung Tangkuban Perahu untuk mengetahui variable-variabel yang belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga mudah untuk melakukan pengembangan khusus nya yang berkaitan dengan kepuasan untuk mengunjungi kembali