

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pariwisata memegang peranan penting dan dianggap sebagai faktor utama dalam pembangunan, kemakmuran, dan kesejahteraan Bayih & Singh (2020). Saat ini pariwisata juga merupakan sektor terpenting bagi ekonomi dunia. Pariwisata juga menjadi sektor penghasil devisa utama bagi banyak negara salah satunya yaitu Indonesia. Pariwisata Indonesia telah diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat dan pembangunan nasional, karena pariwisata telah berperan sebagai salah satu penyumbang pendapatan devisa terbesar bagi Indonesia. Indonesia memiliki berbagai macam potensi pariwisata, terdiri dari wisata budaya, wisata buatan, dan wisata alam Munir (2022). Menurut Valentine (1992:108) dalam Nyaupane et al (2004) Wisata alam merupakan pariwisata yang berkaitan langsung dengan kenikmatan fenomena alam. Mereka yang berpartisipasi di dalamnya melakukan aktivitas seperti mengamati binatang, dan *hiking* dengan maksud untuk dapat berhubungan langsung dengan alam, melepaskan diri dari tekanan kehidupan sehari-hari, serta melihat lanskap, dan satwa liar, menurut Blamey (2001) dalam Nyaupane et al (2004). Selanjutnya menurut Rusvitasari & Solikhin (1907) Wisata alam merupakan kegiatan menikmati keindahan alam dengan kegiatan rekreasi. Wisata alam dilakukan sebagai kegiatan penyegaran setelah melakukan aktivitas yang begitu ramai dari suasana kota. Oleh karena itu ketika melakukan kegiatan wisata alam tubuh dan pikiran akan terasa lebih segar serta dapat menciptakan kesenangan jasmani dan rohani. Maka dari itu hal yang dirasakan setelah melakukan kegiatan wisata berbasis alam tubuh akan terasa tenang, senang, dan kembali semangat untuk melakukan rutinitas kembali.

Wisata alam pun merupakan sebuah konsep yang menciptakan aspek-aspek pariwisata yang berkelanjutan. Pariwisata yang berkelanjutan akan menjadikan peningkatan permintaan yang signifikan dari pemerintah, Lembaga industry, dan para wisatawan yang bertujuan sebagai pengalaman pengunjung sehingga mendorong pemahaman, penghargaan, dan upaya pelestarian terhadap lingkungan Novianti et al (2020). Pariwisata yang berkelanjutan juga menuntut terlibatnya semua *stakeholder* pariwisata, tidak hanya pengelolanya saja yang mendapat manfaat tetapi juga masyarakat lokal dan wisatawannya juga merasakan

kebermanfaatannya. Wisata alam itu sendiri memberikan keuntungan edukasi kepada wisatawan, terutama menumbuhkan kecintaan pada lingkungan. Maka, akan terjadi peningkatan berdasarkan permintaan dari konsumen untuk pengalaman yang mengintegrasikan proses pembelajaran dan pendidikan menurut Ritchie (2011) dalam Novianti et al (2020).

Setiap manusia tentu saja memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan wisata, hal tersebut disebabkan karena terdapat rasa ingin tahu yang tinggi pada diri manusia sehingga mereka berkeinginan untuk berkunjung ke tempat yang baru, kemudian dari kegiatan wisata tersebut mereka berharap akan mendapatkan hal-hal baru serta mencari pengalaman, menurut Sari (2014) dalam Apriliani (2022). Dalam melakukan kegiatan wisata, wisatawan pasti memiliki motivasi perjalanan wisata, menurut Sandra Putri Dewanti et al (2018) Motivasi adalah bagian terpenting bagi wisatawan ketika memutuskan untuk melakukan kegiatan dalam tujuan wisata yang dikunjungi, wisatawan akan mempersiapkan daerah tujuan wisata. Selanjutnya, Keliwar & Nurcahyo (2015) juga menambahkan mengenai motivasi yang menurutnya faktor yang membuat seseorang dalam mengambil keputusan tentang sikap dan tindakan yang akan dilakukan. Ketika motivasi seseorang tinggi maka akan tinggi pula tindakan yang dilakukan guna mencapai tujuan yang diinginkannya. Motivasi yaitu sebagai salah satu faktor psikologis yang menentukan pembelian konsumen, menurut Kotler dan Make (2014) dalam Bayih & Singh (2020).

Motivasi suatu hal yang paling dasar dalam pembelajaran mengenai wisatawan dan industri pariwisata, karena motivasi berperan sebagai pendorong utama seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, meskipun wisatawan tersebut tidak menyadari motivasi yang mempengaruhinya, menurut Sharpley (2014); Wahab (1975) Pitana (2005). Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah memiliki banyak keragaman. Dapat dilihat dari segi karakteristiknya, setiap wisatawan memiliki motivasi umum dan khusus. Motivasi dapat diklasifikasikan umum ketika motivasi ini hanya mendorong seseorang untuk berpindah tempat. Motivasi akan diklasifikasikan khusus atau selektif apabila wisatawan termotivasi untuk mengunjungi objek wisata atau tempat tertentu guna menikmati atraksi wisata yang tersedia di lokasi tersebut. Motivasi berawal pada faktor apa saja yang

menjadi dorongan wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata tersebut, menurut Murphy dalam Sandra Putri Dewanti et al (2018) Motivasi yang memiliki pengaruh terhadap wisatawan dapat menjadi acuan untuk para perilaku wisatawan mulai dari pemerintah, penyedia layanan wisata, hingga pengelola tempat wisata, mereka harus membuat keputusan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan wisatawan. beberapa pendekatan yang bisa digunakan adalah pendekatan yang berorientasi pada pasar (*market driven*) atau yang berorientasi pada produk (*product driven*) seperti yang dikemukakan oleh Sayangbatti & Baiquni (2013). Selanjutnya menurut Pitana (2005) dalam Nurrohman et al (2016) Dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan wisata tidak terlepas dari motivasi. Pengelola tempat wisata perlu mengetahui motivasi pengunjung, dan faktor utama wisatawan mengunjungi tempat wisata adalah motivasi, menurut Crompton (1979) dan Fodness (1994) dalam Sinambela (2021).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan melakukan perjalanan wisata. Kebanyakan wisatawan melakukan kegiatan wisata secara umum, wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan tujuan utama untuk mencari liburan dan kesenangan. Wisatawan berkunjung pada suatu tempat wisata tidak hanya untuk melihat kegiatan yang terjadi di daerah tujuan wisata yang mereka kunjungi, namun mereka juga memiliki tujuan yang lain yang belum tentu mereka dapat dari tempat asalnya. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) dalam Munawaroh (2022) menyebutkan terdapat 2 faktor ketika wisatawan memutuskan dalam melakukan perjalanan wisata yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong yaitu faktor yang menyebabkan wisatawan memutuskan untuk berwisata, faktor ini mencakup keinginan untuk mengatasi kebosanan dari rutinitas harian, mencapai pengakuan diri dan meningkatkan status sosial, berinteraksi dengan masyarakat, alam dan budaya, serta mencapai pertumbuhan sosial. Di sisi lain, faktor penarik melibatkan faktor-faktor eksternal yang berasal dari destinasi yang akan dikunjungi. Kedua faktor ini erat kaitannya untuk wisatawan melakukan kunjungan, menurut Sudaryanti et al (2015).

Seorang wisatawan melakukan perjalanan wisata dan mengambil keputusan untuk berwisata memiliki faktor motivasi yang tergantung pada *approach (seeking)* dan *avoidance (escape)*, menurut Iso-Ahola, 1980; Pearce, 2013) dalam Novianti

et al (2020). Apabila dikaitkan dengan konsep wisata alam, terdapat berbagai jenis wisatawan yang memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi, mereka cenderung lebih tertarik dan simpatik terhadap konsep wisata alam, serta memiliki motivasi yang lebih besar untuk mempelajarinya Wight (2001) dalam Novianti et al (2020). Disamping itu, wisatawan yang menikmati pengalaman di destinasi wisata yang berfokus pada alam memiliki potensi untuk menjadi lebih terbuka dan terlibat dalam kegiatan yang berorientasi pada pro-lingkungan menurut Ballantyne, Packer, & Falk (2011) dalam Novianti et al (2020). Sesuai dengan yang dipaparkan oleh Schultz (2022) dalam Manuscript & Education (2016) bahwa keterhubungan dengan alam adalah sejauh mana seseorang menjadikan alam sebagai bagian dari diri mereka sendiri. Kurangnya keterhubungan seseorang dengan alam akan mengakibatkan berkurangnya penggunaan indera, kesulitan dalam konsentrasi, dan kecenderungan berpenyakit emosional dan penyakit fisik yang tinggi, menurut Louv (2005) dalam Manuscript & Education (2016). Maka penting sekali memperhatikan seperti apa keterhubungan wisatawan dengan alam ketika berada di suatu destinasi berbasis alam. Seperti peneliti sebelumnya dengan judul *‘Visitors memories wildlife tourism: Implication for the design of powerful interpretive experiences’* menyebutkan bahwa pengalaman wisata alam dapat memberikan dampak dan memiliki keterhubungan yang positif untuk mendapatkan edukasi. Disebutkan dalam penelitian tersebut bahwa tanpa hubungan yang kuat dengan lingkungan alam, sulit bagi orang untuk memahami dampak dari masalah seperti meningkatkan kepedulian terhadap alam yang pada akhirnya mengarah pada dampak perlindungan alam Ballantyne et al (2011).

*Nature engagement* atau keterhubungan dengan alam jika dikaitkan dengan wisata alam tentu memiliki peranan yang sangat penting. Saat wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata berbasis alam, ketika dalam dirinya memiliki rasa peduli atau memperhatikan keterhubungannya dengan alam maka akan memberi dampak yang baik pada kawasan wisata tersebut. Mereka akan lebih perhatian juga menjaga kelestarian yang ada di kawasan wisata yang mereka kunjungi sehingga dengan tingkat kepedulian tersebut dapat memberikan dampak yang baik.

Adapun studi sebelumnya yang telah dilakukan bahwa terdapat beberapa faktor motivasi wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata. Pertama, studi yang

telah dilakukan oleh Sudaryanti et al (2015) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan dalam Melakukan Wisata *Heritage* di Kawasan Braga Kota Bandung” menyebutkan bahwa beberapa faktor motivasi yang mendorong wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata meliputi: Faktor *Marketing, Promotion, Events and Tourist Attraction*; Faktor *Escape, Relaxation, Interaction and Climate*; Faktor *Wish-fulfilment and Culture*; dan Faktor *Education and Perceived Authenticity*. Kedua studi yang telah dilakukan oleh Sandra Putri Dewanti et al (2018) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung Ke Pura Puseh Desa Adat Batuan, Gianyar” menyebutkan bahwa faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi kunjungan wisatawan meliputi faktor penarik yang mencakup keunikan budaya, warisan sejarah, seni, tradisi, pengalaman baru, kenyamanan, aksesibilitas, dan kepuasan psikologis. Selain itu, faktor promosi melibatkan pengaruh pengaruh dari keluarga, rekan kerja, informasi dari agen perjalanan, dan informasi dari internet. Terakhir faktor pendorong melibatkan gengsi, struktur sosial, interaksi sosial, dan pengaruh dari teman.

Ketiga, studi yang telah dilakukan oleh Anggela et al (2018) dengan judul “Persepsi dan Motivasi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng” yang juga menyatakan bahwa faktor motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Jembong yaitu adanya faktor pendorong dan penarik yaitu untuk menikmati keindahan alam. Keempat studi yang dilakukan oleh Sinambela (2021) dengan judul “*Examining The Relationship between Tourist Motivation, Touristic Attractiveness, and Revisit Intention*” menyebutkan bahwa motivasi sangat berpengaruh pada wisatawan yang menimbulkan perilaku lanjutan berupa niat berkunjung kembali. Hal ini terjadi karena daya tarik wisata yang menarik. Sudah dapat dipastikan bahwa setiap individu yang melakukan kegiatan wisata memiliki faktor motivasi yang berbeda dan memiliki alasan mengapa dirinya ingin melakukan suatu perjalanan. Faktor penarik dan pendorong dapat mempengaruhi setiap individu yang berbeda sesuai dengan keadaanya masing-masing.

Wana Wisata Kawah Putih adalah sebagai salah satu tempat wisata yang terletak di Desa Alam Endah, Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung, Jawa

Barat. Wana Wisata Kawah Putih adalah kawasan lindung yang dikembangkan menjadi Objek Wisata Alam, menurut TRISOKO & PUTRA (2015). Selanjutnya, (Wisata et al., 2018) menambahkan bahwa Wana Wisata Kawah Putih melalui wisata edukasi memiliki fungsi untuk mengedukasi wisatawan yang berkunjung. Program ekowisata yang dilaksanakan oleh pengelola di Wana Wisata Kawah Putih mencakup kegiatan wisata edukasi. Saat ini, wisata edukasi telah menjadi bagian dari paket wisata yang ditujukan terutama kepada para pelajar. Program paket wisata ini mencakup pendidikan mengenai flora dan fauna yang ada di Wana Wisata Kawah Putih.

KAWAH PUTIH	2019	2020	2021	2022
JANUARI	44,495	34,375	26,589	46,952
FEBRUARI	33,818	33,079	17,889	23,202
MARET	59,381	10,540	30,562	24,700
APRIL	44,352	-	25,838	7,383
MEI	14,022	-	35,741	54,369
JUNI	181,915	4,690	25,420	41,164
Agustus		21,076	8	44,028
AGUSTUS	102,890	36,662	218	7,485
SEPTEMBER	31,460	16,461	14,379	20,370
OKTOBER	23,346	31,507	51,710	22,432
NOVEMBER	32,758	42,406	42,749	18,081
DESEMBER	56,067	28,139	68,928	35,242
JUMLAH	624,504	258,935	340,031	345,408

**Gambar 1. 1 Data Pengunjung Wisatawan**

*Sumber:* KBM Ekowisata Perhutani

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan ke Wana Wisata Kawah Putih dari tahun ke tahun tidak stabil yaitu mengalami kenaikan dan penurunan yang drastis. Dilihat pada tahun 2019 sampai 2020 mengalami penurunan sekitar 14,11 %. Mulai kembali naik pada tahun 2021 sekitar 23,85 %. Pada tahun 2022 naik kembali sekitar 15,56 %. Dapat dilihat bahwa Wana Wisata Kawah Putih mengalami kenaikan di tahun 2019 dan menurun pada tahun 2020 karena pada saat tahun 2020 sedang terjadi pandemi *covid-19*. Kembali naik pada tahun 2021 sampai 2022. Selanjutnya dapat dilihat pada **gambar 1.2** dari segi *ranking* yang dibuat oleh *traveloka* Wana Wisata Kawah Putih menduduki peringkat ke-4, yang dikalahkan oleh Ranca Upas, Rancabali, dan Taman Kelinci Ciwidey. Wana Wisata Kawah Putih merupakan destinasi yang menjadi favorit untuk dikunjungi yang ada di Ciwidey.



**Gambar 1. 2 Ranking Destinasi Wisata Ciwidey**

*Sumber:* Google

Jika dilihat secara teoritis menyatakan analisis faktor motivasi wisatawan berdasarkan model *push* dan *pull*. Terdapat tiga faktor yang diidentifikasi dalam faktor motivasi wisatawan yaitu sebagai kebaruan dan pencarian pengetahuan, peningkatan ego, dan melakukan relaksasi dari kepadatan sehari-hari bekerja, menurut Jang & Wu (2006) dalam Yousefi & Marzuki (2015). Temuan tersebut menjadi dasar untuk mengetahui apa saja faktor motivasi wisatawan berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih Kabupaten Bandung dan bagaimana keterhubungannya dengan alam.

Berdasarkan penjelasan mengenai fenomena di atas, penting untuk mengklasterisasikan tipe wisatawan berdasarkan motivasi & *nature engagement* di Wana Wisata Kawah Putih. Motivasi dan *nature engagement* hal yang penting sebagai penentu tipologi wisatawan. Karena sebelum memutuskan untuk berwisata perlu sekali untuk mengetahui apa saja motivasi wisatawan yang akan berkunjung ke tempat wisata yang di kunjungi khususnya ke Wana Wisata Kawah Putih. Wana Wisata Kawah Putih merupakan kawasan lindung yang dijadikan wisata alam, oleh sebab itu sangat perlu sekali jika dikaitkan dengan *nature engagement* dimana tingkat kepedulian wisatawan terhadap alam akan terlihat sehingga *nature engagement* penting dilibatkan dalam penyusunan tipologi wisatawan yang ada di Wana Wisata Kawah Putih. Hal ini dilakukan sejalan dengan konsep Wana Wisata Kawah Putih sebagai kawasan lindung dimana harus tetap dijaga agar fungsi pokoknya dapat tetap berjalan dan mengantisipasi kerusakan dimasa yang akan

mendatang. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh para pemangku kebijakan untuk membantu dalam menyusun program pembangunan kawasan serta pengaturan pengunjung demi keberlanjutan kawasan lindung.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih terhadap motivasi wisatawan dan *nature engagement*?
2. Apa saja motivasi wisatawan alam yang terbentuk saat berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih?
3. Bagaimana klasterisasi tipe wisatawan berdasarkan motivasi wisatawan dan *nature engagement*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi tanggapan wisatawan yang berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih terhadap motivasi wisatawan dan *nature engagement*.
2. Menganalisis motivasi wisatawan yang yang terbentuk saat berkunjung ke Wana Wisata Kawah Putih.
3. Mengklasterisasikan tipe wisatawan berdasarkan motivasi wisatawan dan *nature engagement*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Sebagaimana tujuan dari penelitian yang ingin dicapai, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi keilmuan mengenai kepariwisataan baik secara teori maupun prinsip.
  - b. Diharapkan menambahkan pengetahuan bagi penulis dan masyarakat mengenai kepariwisataan.

2. Manfaat Praktisi
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengawasan serta pengalaman sebagai bentuk aplikasi dari perkuliahan yang telah dilaksanakan oleh penulis.
  - b. Diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bandung khususnya Wana Wisata Kawah Putih.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Sistematika ini disusun sebagai tahap menyusun skripsi dengan menginduk pada sistematika penulisan yang tercantum pada buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah terbitan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan penelitian ini, yaitu:

1. **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

2. **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori-teori para ahli yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran penulis.

3. **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penjelasan lokasi, populasi, sampel, variabel, instrumen penelitian, dan teknik pengumpulan data.

4. **BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai ulasan pokok mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian.

5. **BAB V : SIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Dalam bab ini diuraikan mengenai jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam pokok permasalahan dan saran yang diberikan.

6. **DAFTAR PUSTAKA**

Penulisan diakhiri dengan sumber - sumber tertulis yang menjadi bahan dalam mendukung kajian teori penelitian.