

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu fokus utama yang penting dalam pariwisata yaitu intensitas kunjungan wisatawan dalam melibatkan beragam jenis kegiatan pariwisata (Chang et al., 2014; Lam & Hsu, 2006) dan salah satu hal pentingnya yaitu dengan mengetahui *revisit intention* sebab niat akan menjadi gambaran dari perilaku wisatawan diwaktu yang akan datang (Abubakar et al., 2017). Minat berkunjung kembali atau *revisit intention* adalah hasil dari evaluasi pengalaman masa lampau serta memahami untuk harapan masa depan mereka sehingga mendasari pelanggan untuk kembali berkunjung (Lee & Cunningham, 2001). Karena pengunjung berulang akan menghasilkan lebih banyak profit serta meminimalisir biaya promosi maka dari itu *revisit intention* menjadi salah satu hal yang mendasar bagi para pengelola destinasi (Park & Yoon, 2009). Untuk perusahaan wisata petualangan menjadi hal yang krusial untuk menaikkan kepuasan pelanggan dan mengembangkan strategi yang berfokus pada niat berkunjung kembali pelanggan dari pada hanya mencari pelanggan baru (Huang & Hsu, 2009).

Menurut beberapa penelitian sebelumnya dikatakan bahwa kunjungan berulang sudah menjadi hal yang penting untuk keberlanjutan sektor pariwisata (Quintal & Polczynski, 2010; Stylos et al., 2017). Minat untuk berkunjung kembali cenderung muncul karena adanya rasa untuk menyarankan destinasi terhadap orang lain serta didorong oleh kebutuhan untuk terus mengeksplorasi, kendati kurangnya bukti teoritis dan empiris. Pertanyaan yang muncul adalah hal apa yang menjadi awal sehingga memengaruhi minat wisatawan untuk kembali datang serta bagaimana faktor-faktor ini berbeda dalam memengaruhi keinginan pengunjung agar berkunjung kembali ke tempat tersebut (Baker & Crompton, 2000). Selanjutnya Tjiptono (2014) memaparkan bahwa supaya pengunjung dapat melakukan *word of mouth* (WOM), *repurchase/revisit*, tercipta pasar pengunjung, loyalitas pengunjung serta profitabilitas perusahaan diperlukan kepuasan dan

retensi pengunjung dan hal tersebut pula memerlukan produk serta jasa pariwisata yang baik.

Terdapat dua konsumen di industri pariwisata yang pertama yaitu konsumen awal dan kedua konsumen yang berkunjung (Abubakar et al., 2017; Huang & Hsu, 2009). Mengungkapkan bahwa didalam sebuah siklus pembelian kembali terdapat elemen yang penting yaitu proses informasi serta kepuasan secara bersamaan. Terdapat dua alasan yaitu alasan estetika (rasa memiliki, sentimentalitas, kenangan) atau alasan utilitarian (dari wilayah geografis yang dipilih memiliki pengetahuannya yang lebih baik) yang menjadi kemungkinan tujuan atau penyebab minat berkunjung kembali (Quintal & Polczynski, 2010). Wisatawan lokal sering kali kembali ke destinasi tertentu karena mereka mungkin merasa ada atraksi menarik atau pengalaman yang mereka lewatkan saat kunjungan sebelumnya, atau mereka ingin memperbaharui kenangan dari pengalaman yang sudah mereka alami sebelumnya (Tan, 2016). (Zeithaml et al., 1996) Menggarisbawahi signifikansi mengukur niat beli ulang (*future intention*) pelanggan bertujuan untuk memahami apakah mereka tetap setia atau mungkin berpindah dari produk atau layanan tertentu.

Wisata pegunungan juga telah menjadi daya tarik besar dalam industri pariwisata, diakui menjadi salah satu segmen yang berkembang pesat dan mendapat popularitas yang luas di berbagai belahan dunia (Goeldner, 2011). Salah satu contoh dari wisata petualangan pegunungan yaitu *hiking* atau di Indonesia lebih dikenal dengan mendaki gunung walaupun pengertian *hiking* itu sendiri menurut Svarsttad (2010) dan Nordbho et al., (2014) (dalam Ridwanudin et al., 2019) *hiking* merupakan aktivitas di luar ruangan yang melibatkan perjalanan singkat hingga jarak yang jauh (dari kurang dari satu jam hingga beberapa hari) di tengah pemandangan alam dan budaya. Kegiatan ini sering dilakukan di luar area dengan keinginan untuk olahraga, refleksi, kesenangan atau pengalaman lainnya. Sedangkan Parfet (2019) mengatakan mendaki gunung merupakan suatu aktivitas yang memerlukan gabungan antara cara serta alat khusus, mendaki gunung merupakan aktivitas sebuah perjalanan yang menantang, terkadang pula menjadi aktivitas yang ekstrem bagi seseorang, pada saat mendaki

gunung ada beberapa hal yang perlu dipahami seperti peraturan pendakian, alat dan perlengkapan pendakian serta lain-lain.

Pengalaman merupakan sebuah hal yang dibeli oleh para wisatawan di sektor wisata. Pengalaman merupakan peristiwa dari suatu hal yang pernah dialami oleh seseorang. Salah satu dimensi paling penting di dalam pariwisata yaitu pengalaman (Ryan & Trauer, 2010), dan sangat berkaitan dalam konteks wisata petualangan sebab menghasilkan pengalaman yang sangat memuaskan bagi para peserta wisata yang berpartisipasi (Boniface, 2000). Wisata petualangan dan pengalaman yang luar biasa tercipta baik karna partisipasi aktif atau pasif pada saat berwisata. Pendakian juga merupakan hal yang sangat baik bagi pengunjung dalam menciptakan pengalaman *hiking* melalui dukungan fisik dan mental (Nordbø & Prebensen, 2015). Mencari pengalaman guna mengembalikan rasa kesehatan dan kesejahteraan lewat dari udara bersih, sejuk dan topografi yang beragam merupakan tujuan orang-orang yang berkunjung ke gunung (Stojković et al., 2013).

Mendaki gunung atau *hiking* adalah salah satu aktivitas favorit di kalangan wisatawan. Ini merupakan kegiatan petualangan yang menantang dan dalam mendaki gunung, ada banyak hal yang perlu dipelajari seperti aturan pendakian, perlengkapan yang diperlukan, persiapan, teknik-teknik pendakian yang baik, dan aspek lainnya. Mendaki gunung akan membawa pengalaman baru dengan keunikan daya tarik alam yang berbeda dari jenis wisata lainnya. Pengalaman hiking bisa dinilai melalui dua dimensi: dimensi yang berkaitan dengan pengalaman secara pribadi (intrinsik) dan dimensi yang terkait dengan faktor luar seperti lingkungan sekitar (ekstrinsik) (Chhetri et al., 2004). Saat melakukan mendaki gunung, pengalaman yang didapat itu seperti menikmati keindahan alam, udara segar, jalur trek yang unik, dan pengalaman lainnya. Hal ini menciptakan pengalaman yang khas dan mendorong minat para wisatawan untuk kembali berkunjung karena pengalaman yang diberikan dalam jenis wisata petualangan seperti mendaki.

Walaupun aktivitas *hiking* memiliki risiko bagi para penggiatnya namun wisata petualangan ini berkembang cukup pesat khususnya di Provinsi Jawa Barat (Ahmad et al., 2020). Selain karena bentang alam Jawa Barat yang mendukung terhadap wisata petualangan terkhususnya lagi pegunungan ditambah dengan

dekat dari ibu kota Indonesia, yaitu Jakarta membuat daerah di sekitarnya berkembang lebih pesat.

Tabel 1. 1 Tabel Peningkatan Data Wisatawan Hiking di Jawa Barat

Gunung	Total Wisatawan (jiwa)		
	2015	2016	2017
Ciremai	320.016	398.017	493.565
Gede Pangrango	155.285	162.184	144.118
Papandayan	57.684	64.387	69.306
Halimun Salak	1.974	1.392	1.997
Total	534.959	625.980	708.986

Sumber : Fahry Ahmad (2020)

Adapun di bawah ini merupakan beberapa gunung favorit yang sering dipakai para pengunjung yang ingin melakukan kegiatan *hiking* di Provinsi Jawa Barat berdasarkan ketinggiannya.

Tabel 1. 2 Daftar Gunung Favorit Berdasarkan Ketinggian Di Jawa Barat Favorit

NO	Nama Gunung	Lokasi Gunung
1	Gunung Ciremai	Kab. Kuningan dan Kab. Majalengka
2	Gunung Gede Pangrango	Kab. Sukabumi, Kab. Cianjur, Kab. Bogor
3	Gunung Cikuray	Kab. Garut
4	Gunung Papandayan	Kab. Garut
5	Gunung Patuha	Kab. Bandung
6	Gunung Puntang	Kab. Bandung

Sumber:Phinemo.com (2021)

Walaupun sebenarnya Gunung Papandayan bukanlah menjadi gunung dengan ketinggian tertinggi di Prov. Jawa Barat hal ini tetaplah membuat Gunung Papandayan menjadi salah satu gunung favorit dengan rata-rata 400 orang pada hari biasa dan 1000 orang yang datang pada hari libur dan angka tersebut akan meningkat lebih pesat ketika hari besar dan libur panjang untuk dijadikan tujuan para wisatawan melakukan aktivitas *hiking* (Zulian,2020). Gunung Papandayan

yang memiliki ketinggian 2.665 mdpl masih kalah tinggi dengan beberapa gunung di Jawa Barat seperti Gunung Ciremai dengan ketinggian 3.078 mdpl, Gunung Pangrango 3.019 mdpl, Gunung Gede 2.958 mdpl serta, Cikuray 2.821 mdpl. Walaupun bukan gunung tertinggi di Jawa Barat tetapi Gunung Papandayan memiliki daya tariknya tersendiri bagi para wisatawan yang ingin melakukan aktivitas *hiking*. Gunung Papandayan termasuk salah satu gunung populer di Indonesia terkhusus lagi bagi para wisatawan yang masih pemula dalam beraktivitas *hiking*.

Memiliki bentang alam yang beragam serta lokasi yang cukup tinggi, Gunung Papandayan cenderung memiliki akses yang lebih mudah bagi para wisatawan pemula yang ingin melakukan pendakian. Waktu tempuhnya yang hanya sekitar 3-5 jam saja sudah dapat sampai di *camp ground* menjadi salah satu alasan gunung ini cocok untuk pemula. Daya tarik yang dimilikinya pun cukup beragam seperti ada beberapa Kawah Baru, Kawah Nangklak, Kawah Mas, Kawah Manuk, Hutan Mati, Pondok Salada, Tegal Alun hingga mengamati *sunrise* dan *milky way* di malam hari. Serta atraksi lainnya yang salah satu diantaranya yaitu berenang di kolam air panas. Dengan kekayaan dan keindahan alam serta atraksi yang dimilikinya menjadikan Gunung Papandayan destinasi favorit bagi para wisatawan. Adapun berikut ini merupakan data jumlah pengunjung di TWA Gunung Papandayan yang bisa diperhatikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 3 Jumlah Pengunjung TWA Gunung Papandayan Tahun 2018-2022

NO	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2018	211.596
2	2019	208.935
3	2020	151.028
4	2021	257.317
5	2022	186.336

Sumber : Olahan Data Dinas Pariwisata Kabupaten Garut, 2022

Tabel yang menunjukkan jumlah pengunjung dari tahun 2018 hingga 2022 tersebut mengalami perubahan jumlah kunjungan per tahunnya. Adapun di tahun

2021 jumlah pengunjung mendapati peningkatan yang relatif tinggi sekitar 70,3% dari tahun sebelumnya. Namun walaupun peningkatan jumlah pengunjung pada tahun 2021, terjadi pula sebuah penurunan jumlah pengunjung. Seperti pada tahun 2019 sebesar 1,27% dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2018 lalu 2020 yang mengalami penurunan jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya yaitu sekitar 38,3% dengan penyebab utamanya merupakan larangan perjalanan pada saat pandemi *Covid19* dan terakhir mengalami penurunan kembali pada tahun 2022 sekitar 72,4% dari tahun 2021. Maka dari itu dapat dikatakan bahwa banyaknya kunjungan wisatawan di TWA Gunung Papandayan cenderung lebih banyak mengalami penurunan disetiap tahunnya.

Salah satu alasan berkurangnya jumlah pengunjung ialah karena semakin banyaknya pilihan gunung yang dapat dipilih untuk didaki dan memiliki harga tiket masuk yang cenderung lebih murah. Selain itu, kebanyakan wisatawan yang lebih memilih untuk sekedar rekreasi cenderung memilih lokasi petualangan yang lebih mudah dijangkau tetapi tetap memperlihatkan keindahan alamnya, ditambah dengan kondisi Kabupaten Garut yang memiliki karakteristik alam beragam menciptakan banyak pilihan wisata alam lainnya. Sementara, Untuk melaksanakan aktivitas *hiking*, wisatawan perlu mempersiapkan hal seperti kesehatan, kebugaran dan keamanan, sehingga hanya mereka yang memiliki minat khusus yang cenderung melakukannya. Namun, penurunan minat berkunjung juga bisa disebabkan oleh pengalaman yang kurang memuaskan saat berada di kawasan tersebut, yang membuat wisatawan tidak berencana untuk kembali ke TWA Gunung Papandayan. Hal tersebut pula didukung oleh beberapa peneliti seperti Zhang et al. (2014) yang menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan dapat secara positif memengaruhi niat mengunjungi kembali. Serta Ahmad (2020) menyatakan bahwa semakin baik atau tinggi pengalaman selama pendakian, semakin baik atau bertambah juga minat para pendaki untuk kembali berkunjung. Sehingga semakin tinggi minat berkunjung kembali maka akan menambah jumlah kunjungannya pula.

Pengalaman dihasilkan melalui proses memahami dan mengenali berbagai informasi sensorik yang diperoleh dalam sebuah lanskap (Chhetri et al., 2004).

Namun penilaian wisatawan dapat berbeda setiap individu masing-masingnya, sebab hal ini bergantung dari pada latar belakang dan pengetahuan si wisatawan itu sendiri (Chhetri et al., 2004). Pengalaman itu sendiri tidak selalu menjadi hal yang positif melainkan bisa saja menjadi sebuah permasalahan bagi wisatawan. Adapun hal-hal yang bisa saja menjadi sebuah masalah yaitu seperti jumlah wisatawan perhari nya bisa mencapai 400 bahkan 1000 orang di hari libur (Zulian,2020). Aksi vandalisme yang dilakukan oknum wisatawan seperti bentuk corat-coret, memotong pohon dan mengambil tanaman (Rijal et al., 2020). Terdapat jalur trail dan ojek gunung yang mengakibatkan polusi suara hingga mempengaruhi jalur pendakian yang menjadi lebih sulit untuk dilalui (Zulian, 2020). Hal-hal tersebutlah yang bisa jadi mempengaruhi pengalaman wisatawan. Namun penilaian wisatawan dapat berbeda tergantung individu masing-masingnya, sebab hal ini bergantung dari pada latar belakang dan pengetahuan si wisatawan itu sendiri (Chhetri et al., 2004). Seperti permasalahan jumlah pengunjung yang cukup tinggi merupakan faktor *ektrinsik* akan tetapi apakah termasuk kedalam yang positif seperti *relaxing* atau bahkan kedalam sisi negatif seperti *crowding*. Lalu aksi vandalisme dan polusi suara yang mungkin mempengaruhi intrinsik negatif seperti *depressing*. Serta jalur pendakian yang menjadi lebih sulit apakah akan membuat wisatawan merasa lebih *frustrating* atau bahkan justru merasa lebih *challenging*. Maka dari permasalahan tersebut dapat mempengaruhi pengalaman wisatawan saat melakukan pendakian di TWA Gunung Papandayan. Pengalaman wisatawan pula mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat untuk berkunjung kembali, karena kegiatan wisata petualangan (*hiking*) bertujuan agar menciptakan aktivitasnya yang berpengalaman. Serta Ahmad (2020) menyatakan bahwa semakin baik atau tinggi pengalaman selama pendakian, semakin baik atau bertambah juga minat para pendaki untuk kembali berkunjung. Pendakian gunung di Jawa Barat termasuk di TWA Gunung Papandayan dianggap sebagai pengalaman yang menarik dan minat mereka untuk melakukan kembali di masa depan dianggap sebagai motivasi tambahan.

Berdasarkan dengan pernyataan bahwa telah dihasilkan beberapa hal yang mempengaruhi dari *revisit intention* dimana salah satunya ialah *experience*. Seperti menurut Huang & Hsu (2009) yang mengemukakan bahwa hal yang mempengaruhi minat untuk berkunjung kembali ke suatu tempat merupakan pengalaman yang telah didapatkan oleh wisatawan. Dari dua dimensi yang dipakai guna untuk mengukur pengalaman mendaki gunung dibagi kembali menjadi empat komponen. Pengalaman yang pertama yaitu pengalaman yang diinginkan, kedua pengalaman yang mendorong, ketiga pengalaman yang mengkhawatirkan, dan keempat pengalaman interaksi sosial. Sehingga keempat dimensi tersebutlah yang memiliki potensi dalam mempengaruhi wisatawan (Chhetri et al., 2004).

Sebelumnya yang membahas mengenai pengaruh *experience* para wisatawan terhadap *revisit intention* di suatu destinasi, hotel, restoran hingga museum sudah banyak dilakukan. Contohnya seperti “Pengaruh Tourist *Experience* Terhadap *Revisit intention* di Gunung Galunggung Tasikmalaya” oleh Alda Nadya Ayuningtias dan “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap *Revisit Intention* Pada *The Peak View Waterboom & Resto Kudus*” oleh Uswatun Khasanah. Sedangkan penelitian di TWA Gunung Papandayan mengenai pengaruh *customer experience*, media sosial, kualitas pelayanan hingga motivasi sudah dilakukan juga. Akan tetapi ternyata fokus penelitian mengenai *hiking experience* terhadap *revisit intention* masih cukup jarang ditemui dan belum dilakukan di Papandayan. Sehingga diperlukan penelitian mengenai ini guna untuk mengetahui apakah sebenarnya terdapat pengaruh dari *hiking experience* terhadap *revisit intention* hingga untuk mengetahui *experience* seperti apakah yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan pada saat melakukan wisata pendakian. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan pada *hiking experience* yang dirasakan para wisatawan terhadap keinginan para wisatawan untuk melakukan *revisit intention* di sebuah Gunung. Sehingga dari latar belakang itulah penulis merasa tertarik dan akan mengajukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengalaman Mendaki Gunung Terhadap Minat Berkunjung Kembali di TWA Gunung Papandayan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran pengalaman mendaki gunung menurut wisatawan di TWA Gunung Papandayan?
2. Bagaimana gambaran minat berkunjung kembali pada wisatawan TWA Gunung Papandayan?
3. Bagaimana pengaruh pengalaman mendaki gunung terhadap minat berkunjung kembali wisatawan TWA Gunung Papandayan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Memperoleh temuan mengenai gambaran pengalaman mendaki gunung menurut wisatawan di TWA Gunung Papandayan.
2. Memperoleh temuan mengenai gambaran minat berkunjung kembali pada wisatawan TWA Gunung Papandayan.
3. Memperoleh temuan mengenai pengaruh pengalaman mendaki gunung terhadap minat berkunjung kembali wisatawan TWA Gunung Papandayan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat dari penelitian ini antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan manfaat dalam bidang pariwisata, menyumbang pada pengembangan pada bidang ilmu pariwisata, serta menjadi sumber rujukan bagi peneliti di masa depan yang tertarik dengan pengalaman mendaki gunung dan minat berkunjung kembali khususnya di TWA Gunung Papandayan.

2. Manfaat Praktis

Secara langsung temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi hal yang dipertimbangkan dan masukan bagi pihak pengelola TWA Gunung Papandayan dengan cara meningkatkan kualitas destinasi nya itu sendiri guna untuk tetap mempertahankan dan bahkan menaikkan tingkat minat berkunjung kembali para pengunjung..

1.5 Sistematika Penelitian

1. BAB I

Bab satu berisikan beberapa sub bab seperti pendahuluan, latar belakang dari penulisan, rumusan masalah, hingga tujuan dan manfaat penulisan serta sistematikan penulisan penulisan.

2. BAB II

Bab dua berisikan tinjauan pustaka, kajian teori para ahli dan penulisan sebelumnya yang memiliki keterkaitan mengenai pengalaman mendaki gunung terhadap minat berkunjung kembali.

3. BAB III

Bab tiga yang berisikan metode penelitian, mengulas metode serta langkah yang dipakai dalam penelitian seperti lokasi penelitian, memilih indikator bagi variabel, sampel dan teknik pengumpulan data, dan menentukan penggunaan analisis.

4. BAB IV

Bab empat yang berisikan mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan, membahas mengenai gambaran secara umum lokasi serta karakteristik responden. Pada bagian ini pun menjelaskan hasil dari pengolahan data baik menggunakan cara deskriptif dan juga verifikatif serta pembahasan hasil dari analisis yang didapatkan.

5. BAB V

Bab lima sebagai penutup, menggambarkan dari hasil analisis dan pembahasan penelitian menjadi kesimpulan serta saran.