

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Konsep keputusan berkunjung menjadi topik permasalahan dalam bidang pemasaran khususnya di dalam bidang pariwisata (Rachmadi, 2016). Konsep keputusan berkunjung telah berkembang sejak 40 tahun terakhir. Konsep ini pertama kali dikenalkan pada tahun 1974 mengenai *travel decision making and travel behavior* yang menghasilkan temuan terkait keputusan berkunjung mempertimbangkan beberapa aspek diantaranya waktu perjalanan, rute dan penginapan, ideologi keluarga termasuk pendidikan, usia, pendapatan keluarga (Myers, 1974), dan selanjutnya dilakukan pengembangan penelitian teori secara terus (Clarke & Murdie, 1978; Toufexis-Panayiotou, 1989; Kerstetter, 1995; Gitelson et al., 1999) hingga saat ini.

Penelitian terdahulu terkait keputusan berkunjung telah banyak diteliti di berbagai negara, diantaranya di Indonesia (Sirait, 2021; Angelia, 2022; Kelana, 2022), Bangladesh (Setarnawat & Sungsuwan, 2021), Mississippi (Tim May, Malcolm Williams, Richard Wiggins, 2021), China (Xiong & Kim, 2020; Pu et al., 2022), Thailand (Hao, 2017; Arpornpisal, 2018; Koopratoomsiri, 2018), Kroasia (Malbasa, 2018), Korea (Han & Hyun, 2017; Shin et al., 2022), United Kingdom (Pop et al., 2022), Afrika Selatan (Phoofolo & Ndlovu, 2022).

Hasil dari penelitian terdahulu mengenai keputusan berkunjung memiliki hasil yang berbeda pada bahasan keputusan berkunjung. Menurut (Steiger et al., 2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pada wisata *adventure* menunjukkan bahwa terjadi penurunan kunjungan karena tingkat risiko untuk berkunjung tinggi yang disebabkan oleh banyaknya informasi negatif terkait wisata tersebut, namun dilain sisi adanya peningkatan kunjungan untuk berwisata *adventure* meskipun terdapat bukti risiko yang tinggi dari wisata tersebut. Peningkatan kunjungan ini dapat terjadi karena adanya informasi positif terkait gunung tersebut (Deason et al., 2023).

Penelitian terkait *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung masih banyak dikaji dalam bidang psikologis, dalam bidang pariwisata penelitian terkait *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung masih minim untuk dikaji lebih dalam maka perlu dilakukan penelitian interdisipliner untuk mengkaji hubungan *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung. Penelitian terkait *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung menurut (McKercher et al., 2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa masih kurangnya penelitian di negara berkembang untuk memahami bagaimana faktor-faktor kontekstual seperti akses informasi, dan Tingkat keamanan yang bisa mempengaruhi pengaruh *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung

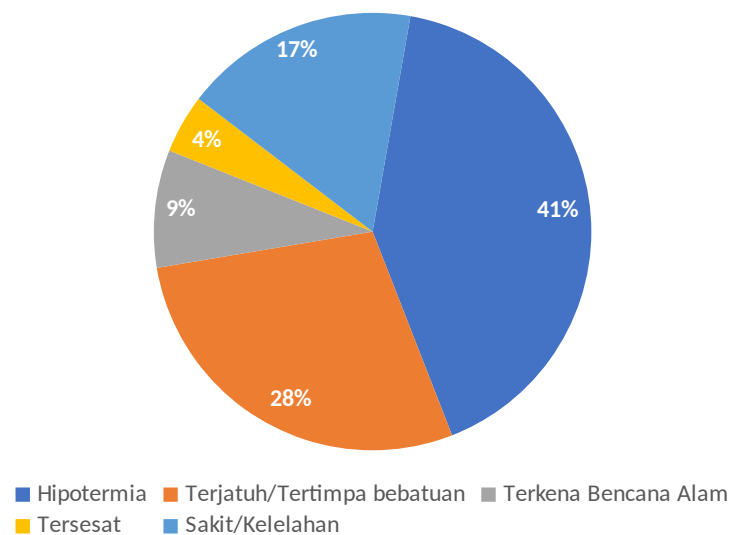
Konsep keputusan berkunjung di teliti pada saat sebelum terjadinya pandemi dan memiliki hasil yang berbeda salah satunya pada industri pariwisata seperti pada *theme park* yang berlokasi di Korea yang menyatakan bahwa kondisi cuaca dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung. Menurut hasil penelitiannya, wisatawan yang belum mengetahui ramalan cuaca akan lebih banyak datang ke *theme park* dibandingkan dengan mereka yang telah melihat ramalan cuaca (Joo et al., 2014).

Sport tourism menjadi sebuah jenis pariwisata yang sedang berkembang saat ini dan diartikan sebagai perjalanan wisata dalam bentuk kegiatan olahraga, seperti mengunjungi tempat-tempat olahraga atau menghadiri acara olahraga (Gibson, 1998). Lebih lanjut dijelaskan bahwa pariwisata olahraga adalah kegiatan individu atau kelompok orang yang sesekali atau secara teratur berpartisipasi, aktif atau pasif, dalam olahraga kompetitif atau rekreasi dan yang diupayakan untuk tujuan non-komersial atau komersial dan juga dilakukan oleh mereka yang perlu bepergian ke luar tempat tinggal dan pekerjaannya (Gaffar et al., 2019). Kegiatan sport tourism diantaranya terdiri dari *hiking, hunting, trail running, biking, rafting* dan *kayaking, backpacking, ski* (Mokras-grabowska, 2016).

Wisata luar ruangan lebih dari sekadar mendaki gunung atau melakukan arung jeram, hal ini dimotivasi oleh keinginan untuk meningkatkan keterampilan mental dan fisik serta kapasitas untuk menguasai tantangan (Ewert et al., 2013). Perubahan sikap wisatawan dapat terjadi setiap saat, dan suatu destinasi wisata dapat memberikan daya tarik yang memenuhi kebutuhan wisatawan hanya dengan meningkatkan jumlah kunjungan ke tempat tujuan, yang akan mengubah sikap pengunjung dengan mengunjungi tempat tujuan (Mazursky, 1989; Sonmez & Graefe, 1998).

Keputusan untuk melakukan *adventure tourism* seperti *mountain climbing and hiking* dapat dipengaruhi oleh *perceived risk* terhadap objek wisata tersebut, dalam penelitian (Sánchez-Cañizares et al., 2021) menjelaskan bahwa keputusan untuk melakukan kegiatan *adventure* dipengaruhi oleh perubahan iklim. Menurut penelitian (Pan & Ryan, 2009) sebanyak 67% wisatawan melakukan kegiatan mendaki gunung untuk kesehatan fisik dan olahraga, sebanyak 66% untuk menikmati alam dan suasana yang berbeda, sebanyak 31% untuk menjauh dari orang lain dan hal hiruk pikuk kehidupan sehari-hari.

Kegiatan mendaki gunung merupakan kegiatan wisata luar ruangan yang memiliki risiko tinggi karena gunung bukanlah tempat yang mudah untuk dicapai tanpa persiapan karena akan memiliki risiko bagi diri sendiri jika tidak mempunyai persiapan yang matang (Rizkiyah et al., 2016). Mendaki gunung menjadi sebuah olahraga ekstrem dan penuh petualangan yang memerlukan keterampilan, kecerdasan, daya juang dan kekuatan yang tinggi (Pambudi, 2020).

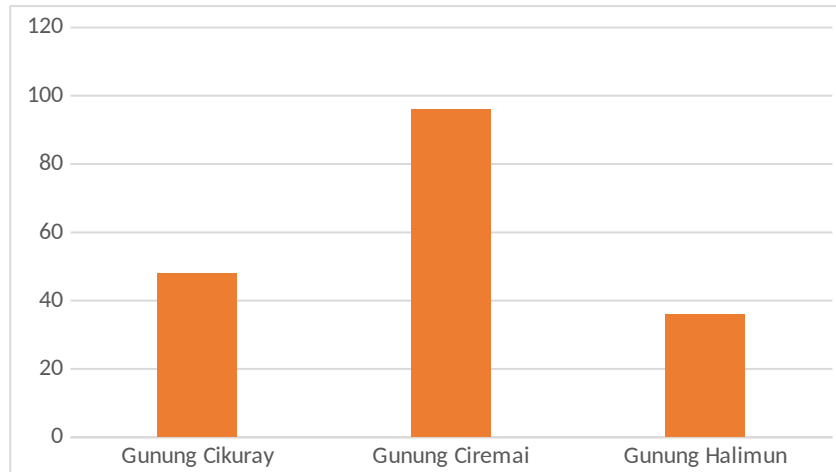


Sumber: *Kaggle.com*, 2023

GAMBAR 1.1
DATA KORBAN SELAMA PENDAKIAN

Berdasarkan data korban dalam melakukan pendakian sejak tahun 2013 hingga 2022 di atas yang dilakukan survei oleh *kaggle* menunjukkan bahwa kasus hipotermia menempati urutan teratas penyebab kematian para pendaki sebanyak 41% kasus, lalu pada urutan kedua penyebab korban meninggal yaitu kasus pendaki terjatuh/tertimpa bebatuan sebanyak 28%, meninggal akibat sakit/kelelahan selama mendaki sebanyak 18% kasus, penyebab lainnya yaitu terkena bencana alam sebanyak 9%, dan yang menempati urutan terbawah dengan presentase terkecil ada pada data korban mendaki yang tersesat sebanyak 4%.

Pendakian gunung memiliki risiko yang tentunya sangat tinggi jika tidak memiliki persiapan yang matang yang dapat menyebabkan beberapa risiko terjadi. Risiko pendakian tidak hanya datang dari faktor personal, namun faktor alam juga dapat mempengaruhi risiko tersebut. Data hasil perbandingan dari ketiga Gunung di Jawa Barat yang dapat terlihat pada Gambar 1.2.



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

GAMBAR 1.2 DATA KORBAN PENDAKIAN DI GUNUNG JAWA BARAT

Berdasarkan hasil data korban pendakian di Gunung Cikuray, Gunung Ciremai, dan Gunung Halimun dapat terlihat bahwa korban pendakian di antara ke tiga gunung tersebut didominasi oleh Gunung Ciremai sebanyak 96 korban di setiap tahunnya, sedangkan Gunung Cikuray sebanyak 48 korban dan Gunung Halimun sebanyak 36 korban di setiap tahunnya. Data tersebut diambil berdasarkan data korban dari satu tahun terakhir terhitung dari Bulan Mei, serta hasil tersebut didapatkan dari wawancara penulis dengan pihak pengelola gunung tersebut.

Taman Nasional Gunung Ciremai (TNGC) merupakan gunung yang memiliki keunikan karena berisi gunung berapi tertinggi di Jawa Barat. Keistimewaan lain yang membedakannya adalah jalur pendakian Gunung Ciremai, yang memberikan suasana menyenangkan dan menarik dikelilingi pepohonan pinus yang menjulang tinggi menjadi pemandangan alam yang terlihat di objek wisata Taman Nasional Gunung Ciremai. Ciremai, gunung tertinggi di Provinsi Jawa Barat, menghadirkan kesulitan dan pengalaman baru bagi para

pendaki karena medannya yang menantang dan perubahan cuaca untuk mencapai puncak, serta terbatasnya pasokan mata air menambah kesulitan pendaki.

Objek wisata alam di Gunung Ciremai tidak hanya memberikan keindahan alam, terdapat berbagai fasilitas liburan. Taman Nasional Gunung Ciremai menampilkan pemandangan spektakuler sebagai cagar alam, Adapun beberapa lokasi wisata yang menarik untuk dijelajahi yang tidak hanya bisa dinikmati untuk para pendaki tetapi untuk wisatawan lain yang hanya ingin bersantai, seperti tempat wisata Wisata Alam Talaga Surian, Curug Landing, Taman Sepeda, Wisata Palutungan, Tenjo Laut, Pondok Pinus Palutungan, *Coffee Camp*, Edelwis Sukageri kolam renang.

TABEL 1.1
JUMLAH PARTISIPAN PENDAKIAN TAMAN NASIONAL GUNUNG
CIREMAI (TNGC) JALUR PENDAKIAN APUY

Tahun	Jumlah
2018	23.200
2019	16.000
2020	12.194
2021	13.673
2022	20.925

Sumber: Balai Taman Nasional Gunung Ciremai, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 kunjungan terhadap Taman Nasional Gunung Ciremai (TNGC) terdapat 23.200 orang kunjungan ke Taman Nasional Gunung Ciremai pada tahun 2018 dan terjadi penurunan pendakian menjadi 16.000 orang pada tahun 2019, dan menurun sebanyak 2.2017 orang. Karena wabah Covid-19, Balai Taman Nasional Gunung Ciremai membatasi semua kegiatan pendakian dan rekreasi. Dengan kedatangan 13.673 pengunjung baru pada tahun 2021, Balai Taman Nasional Gunung Ciremai membuka kembali kegiatan rekreasi dan pendakian. Taman Nasional Gunung Ciremai akan dikunjungi 20.925 pengunjung pada tahun 2022.

Kunjungan ke Gunung Ciremai menurun terutama saat pada malam tahun baru 2023. Dilansir dari artikel berita Detik Jabar menurut Toip sebagai Koordinator Jalur Pendakian Apuy mengatakan bahwa adanya penurunan terutama disaat malam tahun baru seharusnya pendaki di malam tahun baru bisa mencapai 200-300 orang, namun saat pihak TNGC hanya mencatat jumlah

pendaki di angka kisaran puluhan orang (Darmawan, 2023). Menurut pihak koordinator jalur pendakian, merosotnya jumlah pendaki ini disebabkan karena adanya kebijakan larangan untuk *camping* di Goa Walet yang berada di pos enam Gunung Ciremai. Penurunan pengunjung pendakian ini dirasakan pihak Taman Nasional Gunung Ciremai itu sendiri setelah kebijakan tersebut berlangsung. Larangan mendaki di malam hari juga menjadi salah satu faktor merosotnya jumlah pendakian via jalur Apuy.

Keputusan berkunjung wisatawan memiliki konsep yang sama dengan keputusan pembelian konsumen karena memiliki teori yang sama (Sirait, 2021). Keputusan konsumen dalam berkunjung sebanding dengan keputusan konsumen melakukan pembelian sehingga dapat menggunakan teori-teori terkait keputusan pembelian yang dapat digunakan dalam keputusan berkunjung (Kotler et al., 2021). Dalam dunia olahraga, keputusan berkunjung dalam berolahraga dapat diartikan menjadi *sport decision*. *Sport decision* ini merupakan sebuah proses pengambilan keputusan untuk melakukan kegiatan olahraga yang menjadi landasan konsumsi para partisipan, khususnya dalam *sport tourism* (Ridwanudin et al., 2019) sehingga *sport decision* dapat dianalogikan sama dengan keputusan berkunjung kepada suatu tempat.

Konsep mengenai keputusan berkunjung dipelajari dalam teori *decision making* (Schiffman & Wisenblit, 2019). Keputusan berkunjung menjadi bagian dari output yang dipengaruhi oleh 3 faktor (Oke et al., 2016) yaitu faktor *input* (faktor stimulus perusahaan dan lingkungan eksternal), faktor *process* (keputusan, *experience*) dan faktor *output* (minat, *purchase* dan *post purchase*). Konsep keputusan berkunjung ini menjadi bagian dari *output* yang dipengaruhi oleh faktor *input* dan proses.

Penurunan kunjungan wisatawan ini terjadi karena banyaknya wisatawan yang merasa cemas untuk berkunjung (Luo & Lam, 2020) terutama di bidang *sport tourism*. Kecemasan yang dirasakan beberapa pengunjung berupa cemas/takut memiliki kekurangan uang (*lack of money*). Menurut (Cvijanović & Gajić, 2021) pada penelitiannya menjelaskan bahwa salah satu ketakutan yang sangat mempengaruhi keputusan manusia adalah ketakutan akan kekurangan uang

(*lack of money*), kurangnya akomodasi (*lack of accommodation*) dan harga yang tinggi (*high prices*).

Kecemasan dapat mencerminkan kondisi psikologis internal atau keadaan emosional yang terjadi dalam diri individu. Kecemasan untuk melakukan *hiking* atau mendaki gunung dapat dipengaruhi oleh rasa takut untuk disakiti oleh orang lain (*the fear of getting hurt by another individual*), ketakutan akan cedera yang tidak disengaja/keadaan darurat yang mengancam nyawa (*the fear of accidental injury/life-threatening emergency*), ketakutan tersesat (*the fear of getting lost*), ketakutan terhadap hewan liar dan anjing (*the fear of wild animals and dogs*), dan ketakutan pencurian barang-barang yang tertinggal di kendaraan seseorang (*the fear of the theft of belongings left in one's vehicle*) (Coble et al., 2003).

Risiko dan kecemasan selama mendaki dapat dirasakan oleh mereka yang belum mempunyai pengalaman mendaki. Kecemasan ini biasanya muncul karena ada pengaruh dari media ataupun imajinasi para calon pendaki. Baru-baru ini semakin banyak laporan media tentang kegiatan *hiking* dan kecelakaan dilaporkan dan tersebar luas di media sosial, membuat ini informasi yang mudah diakses oleh siapa saja (She et al., 2019).

Masalah-masalah yang sering dihadapi selama masa *survival* atau bertahan hidup selama pendakian yaitu didominasi oleh masalah cuaca, seperti cuaca dingin dan penurunan suhu tubuh lebih dari 350 derajat yang ekstrem yang mampu menyebabkan kematian dan hipotermia. Terdapat faktor panas seperti sengatan sinar matahari (*sunstroke*), terbakar matahari (*sunburn*), *sunblink* buta akibat pantulan matahari (*sunblink*), luka bakar (*combustio*), kelelahan/keletihan karena panas (*heat exhaustion*) (She et al., 2019). Faktor lainnya selain cuaca yaitu seperti masalah personal yang datang dari dalam diri sendiri seperti faktor fisik, faktor mental dan faktor pengetahuan dan keterampilan. Masalah-masalah dapat datang dari faktor binatang yang mampu mengancam jiwa pendaki dan faktor tumbuhan yang beracun di sekeliling gunung.

Peneliti-peneliti terdahulu menegaskan bahwa faktor pembentuk dari keputusan berkunjung wisatawan dapat dipengaruhi oleh *weather* (Joo et al., 2014), *city branding* (Ramadhan, 2015), *risk reducing behavior* (V. Quintal et al.,

2021), harga dan fasilitas (Sirait, 2021), *risk perception and brand image* (Nurmazidah, 2021), *travel anxiety* (V. Quintal et al., 2021), preferensi (Kelana, 2022), *risk perception and destination image* (Anzani et al., 2022), dan *E-WOM* (Tatiani & Andjarwati, 2022). Faktor pembentuk keputusan berkunjung yang paling berpengaruh pada saat ini yaitu, *travel anxiety*, dan *risk reducing behavior*.

Risk reducing behavior dibutuhkan di dalam bidang pariwisata karena mampu menghilangkan *perceived risk* para wisatawan ketika hendak berwisata (V. Quintal et al., 2021). Agar dapat menarik perhatian para wisatawan kembali, sangat diperlukan untuk mengelola *risk reducing strategies* (Shin & Kang, 2020). Pada bidang destinasi dalam mengurangi risiko dilakukan dengan berkonsultasi dengan ahli (V. A. Quintal et al., 2010; V. Quintal et al., 2021) yaitu melakukan *short trip* dan memilih destinasi yang dianggap aman (Graefe, 1998; Reisinger & Mavondo, 2005; V. Quintal et al., 2021). Semakin besar *travel anxiety* yang dirasakan, maka semakin besar mekanisme *risk reducing behavior* dibutuhkan (Yeung & Yee, 2013).

Penelitian terkait *risk reducing behavior* dalam kegiatan mendaki telah dilakukan sebelumnya oleh (Coble et al., 2003) yang mengidentifikasi bahwa ada lima strategi yang digunakan oleh pendaki dalam menegosiasikan ancaman objektif dan ketakutan yang dirasakan para pendaki diantaranya menghindari ancaman yang dirasakan (*avoiding perceived threats*), memodifikasi partisipasi mereka dalam pendakian solo (*modifying their participation in solo hiking*), menggunakan alat bantu atau alat pelindung (*using aids or protective devices*), memperluas pengetahuan mereka atau keterampilan (*expanding their knowledge or skills*) dan menggunakan pendekatan psikologis (*employing a psychological approach*).

Penelitian yang dilakukan oleh Mitchell (1999) menyebutkan bahwa *risk reducing behavior* menjadi salah satu strategi dalam mengurangi konsekuensi dari keputusan yang tidak memuaskan yang membawa peran negatif dalam sebuah pembelian. Dalam pengimplementasian *risk reducing behavior* yang menjadi perhatian adalah para wisatawan lupa akan keinginan untuk menjadi normal

(Lorenc et al., 2021) sehingga wisatawan menyepelkan dimensi-dimensi dari *risk reducing behavior* itu sendiri.

Penelitian terdahulu mengenai keputusan berkunjung wisatawan dengan *risk reducing behavior* dalam mengurangi *travel anxiety* telah diteliti di industri destinasi pariwisata pada *cruise* (V. Quintal et al., 2021) yang menjelaskan mengenai keputusan berkunjung pada *cruise* pada saat pandemi COVID-19 meningkat dengan pengaruh *risk reducing behavior* yang didorong oleh dua faktor pendukung seperti *handle risk* dan *establish trust* sehingga diperlukannya *risk reducing behavior* dengan konsep 4Cs *Competence, Consistency, Consideration, Conviviality* untuk meningkatkan kunjungan (Renn & Levine, 1991).

Pengimplementasian *risk reducing behavior* yang dilakukan pada kawasan Taman Nasional Gunung Ciremai sebagai bentuk pencegahan dan pengurangan risiko yang akan terjadi yaitu pihak petugas Taman Nasional Gunung Ciremai (TMGC) akan melakukan pemeriksaan alat-alat mendaki sesuai daftar standar yang harus dibawa calon pendaki untuk menjaga diri para wisatawan selama mendaki. Hal ini dilakukan oleh para petugas untuk dapat memastikan bahwa para pendaki sudah mempersiapkan peralatan dengan baik demi keamanan dan kelancaran proses pendakian (TNGC, 2022). *Risk reducing behavior* yang disediakan oleh Taman Nasional Gunung Ciremai (TNGC) yaitu menyiapkan tim khusus untuk melakukan evakuasi korban ataupun para pendaki yang mengalami kecelakaan atau jatuh sakit selama masa pendakian.

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya beberapa risiko tinggi yang dapat terjadi ketika melakukan pendakian yang berdampak pada keputusan mendaki maka dari itu penulis memutuskan untuk meneliti bagaimana pengaruh *risk reducing behavior* dalam meningkatkan keputusan berkunjung melalui *travel anxiety* dengan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Risk Reducing Behavior melalui Travel Anxiety terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai"** (Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Gunung Ciremai).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran dari *risk reducing behavior*, *travel anxiety*, dan keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai?
2. Bagaimana pengaruh *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* di Taman Nasional Gunung Ciremai?
3. Bagaimana pengaruh *risk reducing behavior* melalui keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai?
4. Bagaimana pengaruh *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk memperoleh temuan mengenai:

1. Gambaran *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung.
2. Pengaruh *risk reducing behavior* melalui *travel anxiety* di Taman Nasional Gunung Ciremai
3. Pengaruh *risk reducing behavior* melalui keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai
4. Pengaruh *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Ciremai

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

a. Kegunaan Teoritis

1. Bagi perkembangan ilmu pemasaran khususnya di bidang manajemen pemasaran pariwisata yang berkaitan dengan faktor *risk reducing behavior* dalam mengurangi *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi informasi sekaligus untuk memberikan gambaran dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai

pengaruh *risk reducing behavior* dalam mengurangi *travel anxiety* terhadap keputusan berkunjung.

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini mampu memberikan pertimbangan dalam memecahkan permasalahan yang berkaitan dengan keputusan berkunjung wisatawan untuk destinasi wisata.
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan positif bagi manajemen destinasi wisata dalam upaya peningkatan pengambilan keputusan berkunjung melalui *risk reducing behavior* dan *travel anxiety*.