

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Keputusan berkunjung wisatawan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu objek wisata. Suatu objek wisata dapat bertahan lama dikarenakan ada kunjungan yang signifikan dan berpengaruh pada pendapatan suatu objek wisata. Pendapatan yang tinggi tentunya dapat membuat objek wisata menjadi berkembang dan bertahan dalam waktu yang cukup lama.

Sebagai pengelola objek wisata atau pemilik bisnis kita perlu memperhatikan akan keputusan wisatawan untuk berkunjung. Bukan hanya untuk keberlangsungan objek wisata saja, namun bagi objek wisata yang baru mulai pun keputusan berkunjung perlu diperhatikan untuk dapat menarik pengunjung agar dapat berkunjung ke objek wisata yang ada. Keputusan berkunjung sendiri menurut Rokhayah (2021) konsepnya sama dengan teori keputusan pembelian konsumen. Dimana wisatawan atau konsumen menentukan pilihan pilihan terhadap produk atau jasa yang disediakan sebelum memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi atau membeli suatu produk.

Menurut Heath (1992) ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menentukan kesuksesan dalam pengembangan objek wisata yang pertama yaitu daya tarik. Sebagai sebuah objek wisata memang sudah seharusnya memiliki kemenarikan untuk dapat menarik minat kunjungan. Yang kedua ada aksesibilitas yang merupakan penunjang perpindahan wisatawan dari tempat dia berasal menuju daerah tujuan berwisata. Faktor ketiga yang tak kalah pentingnya adalah fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi wisatawan selama berada di tempat wisata yang dikunjungi. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pernyataan dari Yoeti (2008) menyatakan bahwa ketiga faktor tersebut dapat memberikan kepuasan dan juga dapat memenuhi keinginan wisatawan selama berada di daerah yang dikunjungi.

Dari sekian banyak faktor tersebut menurut beberapa penelitian salah satu faktor yang cukup mempengaruhi keputusan berkunjung adalah aksesibilitas. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Saputra, Fauzia, & Apriyanti (2022) faktor

aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hal ini dapat disebabkan oleh terjangkaunya beberapa hal seperti jarak tempuh, waktu tempuh dan juga akses jalannya yang tentunya dapat mengakibatkan seseorang dapat memutuskan berkunjung ke suatu objek wisata. Lalu pada penelitian (Nurchomariyah & Lilian, 2023) dinyatakan bahwa aksesibilitas juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Menurut Suwantoro pada penelitian Sina (2016) menyatakan bahwa aksesibilitas merupakan suatu hal yang penting dalam berkembangnya pariwisata, karena berhubungan dengan beberapa sektor. Jika tidak dihubungkan dengan transportasi yang terintegrasi maka tidak mungkin adanya kunjungan pada sebuah objek wisata.

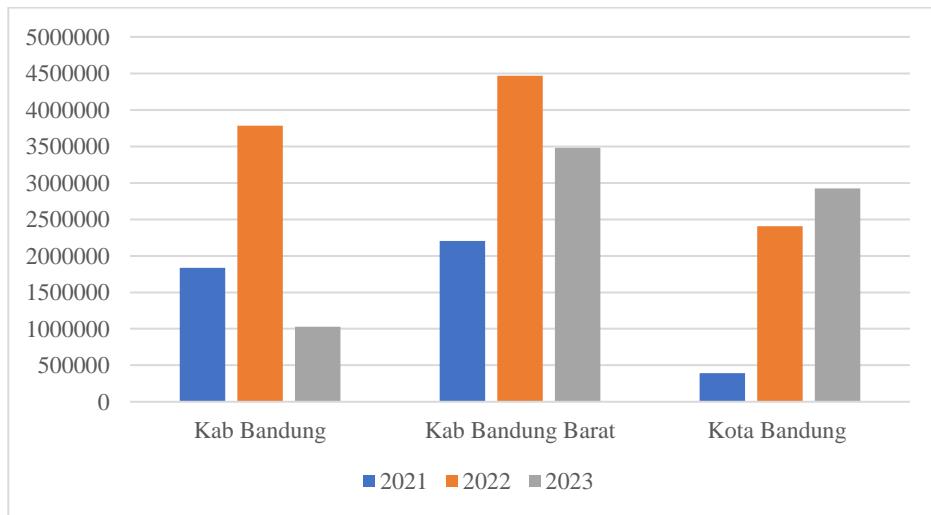
Selain dari faktor aksesibilitas, ada beberapa faktor lain yang memberikan pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada suatu objek wisata. Hal yang pertama yaitu ada daya tarik yang menurut Suwardjoko (2007:61) dalam Nurjaman, Sukomo, & Basari, (2021) berpendapat bahwa ketertarikan wisatawan dalam mengunjungi suatu objek wisata dipengaruhi oleh daya tarik yang dimiliki suatu objek wisata. Beberapa contoh daya tarik wisata bisa berupa apa yang kita lihat seperti pemandangan, apa yang kita rasakan seperti cuaca atau suasana yang ada dan tentunya sesuatu yang bisa kita lakukan seperti aktivitas sarana bermain atau sejarah yang melekat pada suatu destinasi. Menurut Maman Nurjaman (2021) pada penelitiannya beliau menyatakan bahwa daya tarik sangat berpengaruh positif terhadap keputusan wisatawan dalam berkunjung. Berbeda dengan penelitian diatas, menurut penelitian Umi Nurchomariyah, daya tarik tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan berkunjung dikarenakan situasi Objek Wisata yang sudah berdiri sejak lama sehingga memberikan rasa bosan terhadap wisatawan yang akan berkunjung (Nurchomariyah & Lilian, 2023).

Sementara itu ada satu faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung yaitu adalah fasilitas. Tjiptono (2007) menyatakan bahwa fasilitas adalah sesuatu hal yang harus ada sebelum produk jasa diberikan pada konsumen guna memberikan kenyamanan pada pengunjung dan diharapkan menjadi media promosi yang efektif untuk membuat pengunjung dating kembali. Menurut penelitian Hardina (2021) variabel fasilitas sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Taman Sari Yogyakarta. Adapun menurut penelitian

Anggraini (2019) responden di penelitian tersebut mengungkapkan bahwa fasilitas tidak terlalu berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung bagi wisatawan di objek wisata Telaga Ngebel.

Ketiga faktor diatas diambil dari pernyataan Heath (1992) yang menyatakan bahwa kesuksesan suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu daya tarik, aksesibilitas dan juga fasilitas. Daya tarik sendiri merupakan suatu hal yang terdapat dalam suatu objek wisata bisa berupa daya jual maupun sesuatu yang unik yang hanya dimiliki oleh destinasi tersebut. Lalu yang kedua ada aksesibilitas, dimana hal ini yang menunjang berpindahnya wisatawan dari tempat asalnya menuju tempat wisata yang akan dikunjungi dan yang terakhir adalah fasilitas yang menunjang kenyamanan wisatawan selama berada di tempat yang ia kunjungi.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang dijelaskan pada paragraph sebelumnya faktor yang secara konsisten berpengaruh terhadap keputusan berkunjung adalah aksesibilitas. Hal itu karena aksesibilitas menentukan berapa lama jarak yang harus ditempuh, berapa besar uang yang harus dikeluarkan dan seberapa mudah kita mendapatkan hal-hal yang menunjang kebutuhan kita selama berkunjung.



Gambar 1.1 Gambaran tingkat kunjungan di 3 area Bandung Raya

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada *Gambar 1.1* menunjukkan bahwa daerah Kabupaten Bandung Barat dan juga Kabupaten Bandung memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang lebih tinggi dibandingkan dengan Kota

Bandung itu sendiri. Padahal melalui pengamatan penulis didapati bahwa akses kota Bandung merupakan kota yang memiliki aksesibilitas yang lebih baik di banding kedua daerah lainnya yaitu Kabupaten Bandung dan juga Kabupaten Bandung Barat hal itu dinilai dari waktu tempuh untuk mengunjungi beberapa destinasi yang ada. Wisatawan yang akan menuju tempat wisata di daerah Kabupaten Bandung Barat seperti Kawasan Lembang perlu menghabiskan waktu kurang lebih 30 menit sampai dengan 1 jam dari pusat Kota Bandung. Sementara untuk mengunjungi tempat wisata di daerah Kabupaten Bandung memerlukan waktu 1 sampai dengan 1,5 jam untuk mencapai lokasi wisata terdekat seperti Gunung Puntang, Ciwidey maupun Rancaupas. Bila dilihat-lihat pun ketiganya memiliki kemiripan yang sama dari segi daya tarik yang dimilikinya yaitu keindahan alam dan juga beberapa daya tarik seperti taman hiburan.

Berdasarkan karakteristik diatas, penulis memilih Kawasan Wisata Gunung Puntang sebagai objek yang akan diteliti. Kawasan Wisata Gunung Puntang memiliki masalah yang kurang lebih serupa dengan apa yang telah penulis sampaikan sebelumnya. Daya tarik gunung puntang cukup beragam sehingga menarik minat dari wisatawan itu sendiri. Kunjungannya pun cukup stabil dan cenderung meningkat tercatat pada tahun 2023 terdapat 256.054 wisatawan yang berkunjung naik sekitar 236% dari tahun sebelumnya yaitu 2022 yang hanya 76.071 wisatawan. Data tersebut didapat dari data kunjungan wisata alam Gunung Puntang. sementara itu, dapat diketahui bahwa akses yang ada menuju Kawasan Wisata Gunung Puntang cukup sulit atau bahkan kurang memuaskan. Untuk menuju Kawasan Wisata Gunung Puntang sendiri dibutuhkan waktu 1 jam. Hal itu juga didapat atas adanya bantuan dari pembangunan jalan bebas hambatan. Sebelum adanya jalan tol tersebut, waktu tempuh bahkan bisa mencapai 1 setengah jam. Selain itu juga, jalan yang dilalui cukup sempit dan hanya bisa dilalui oleh dua kendaraan dari dua jalur yang berbeda.

Maka dari itu, penulis ingin mengetahui bagaimanakah pandangan wisatawan terhadap akses menuju Kawasan Wisata Gunung Puntang, lalu apakah aksesibilitas berpengaruh dalam menentukan keputusan berkunjung dan penulis pun berharap dapat mengetahui seberapa besar pengaruh aksesibilitas dalam mempengaruhi keputusan berkunjung. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi

akademisi lain maupun bagi beberapa pelaku wisata dan pemangku kebijakan dalam perkembangan dunia kepariwisataan. Diharapkan dengan dilakukannya penelitian yang berjudul **“Pengaruh Aksesibilitas terhadap Keputusan Berkunjung di Kawasan Gunung Puntang”** ini dapat mempermudah pemilik objek wisata atau pemangku kebijakan dalam memprioritaskan faktor-faktor mana yang harus didahulukan dalam hal Pembangunan maupun pengembangan objek wisata kedepannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana persepsi responden terhadap aksesibilitas ke Kawasan Wisata Gunung Puntang
2. Bagaimana persepsi responden terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kawasan Wisata Gunung Puntang?
3. Bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis pada penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui persepsi responden terhadap aksesibilitas menuju kawasan wisata Gunung Puntang.
2. Untuk mengetahui persepsi responden terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Kawasan Wisata Gunung Puntang
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung ke Kawasan Wisata Gunung Puntang

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui adakah pengaruh dari faktor aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membuktikan pernyataan

heath (1992) yang menyatakan bahwa daya tarik, aksesibilitas dan fasilitas berpengaruh pada keputusan berkunjung atau kesuksesan suatu usaha wisata.

2. Manfaat Praktis

Bagi pengelola objek wisata, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan guna memaksimalkan pengembangan destinasi wisata yang dimiliki. Sehingga destinasi wisata tersebut bisa sustainable dan menguntungkan tidak hanya bagi pengelola namun juga bagi perekonomian masyarakat sekitar.