

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terletak di wilayah tropis, sehingga memiliki iklim hangat dan potensi geografis yang mendukung keberagaman aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya. Negara ini terdiri atas ribuan pulau yang tersebar di seluruh wilayah, yang menghasilkan keragaman bahasa, pakaian tradisional, serta adat istiadat pada setiap daerah. Setiap wilayah memiliki keunikan budaya dan potensi alam yang menjadi identitas sekaligus aset nasional. Pemanfaatan potensi tersebut harus diimbangi dengan upaya pelestarian lingkungan dan sumber daya alam. Hal ini mencakup pencegahan kerusakan ekosistem, pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan, dan penghindaran praktik pengambilan sumber daya secara ilegal. Pemerintah Indonesia telah menerapkan berbagai kebijakan dan program untuk menjaga kelestarian lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan (World Bank, 2023).

Pariwisata diartikan sebagai perpindahan sementara seseorang ke luar dari tempat tinggalnya dengan alasan tertentu yang tidak berkaitan dengan aktivitas menghasilkan upah (Suwanto, 2005). Dari definisi ini, pariwisata dapat dipahami sebagai sebuah perjalanan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan, rasa ingin tahu, serta kebutuhan yang berkaitan dengan hiburan dan kesenangan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, kegiatan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperluas lapangan kerja, mendorong perkembangan wilayah, serta memperkuat citra Indonesia sebagai destinasi unggulan. Penyelenggaraan pariwisata dilaksanakan dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal dan menjaga kelestarian alam serta budaya agar keberlanjutan destinasi tetap terjamin.

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar dengan beragam destinasinya adalah Provinsi Jawa Barat. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat berupaya mendorong pembangunan pariwisata dengan menegaskan bahwa Jawa Barat memiliki beragam potensi sumber daya pariwisata. Potensi ini mencakup atraksi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan manusia yang didukung oleh keunggulan alam, kekayaan sosial budaya, fasilitas yang memadai, serta aksesibilitas yang menunjang pengembangan pariwisata (Afriza et al., 2020). Selain itu, perubahan preferensi wisatawan terhadap tujuan wisata menunjukkan adanya peningkatan minat terhadap perjalanan wisata berbasis alam dan interaksi dengan masyarakat lokal. Hal ini telah mendorong berkembangnya konsep wisata pedesaan sebagai salah satu model pariwisata baru yang dikenal sebagai pariwisata minat khusus *special interest tourism*.

Kabupaten Bandung memiliki beragam destinasi wisata yang menjadi daya tarik bagi wisatawan, salah satunya adalah Ranca Upas. Destinasi ini berlokasi di Desa Alam Endah, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, dan dikelola oleh PERUM Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten. Ranca Upas merupakan area perkemahan dengan panorama alam yang indah, dikelilingi hutan pinus, serta menjadi habitat rusa. Fasilitas yang tersedia meliputi kegiatan *outbound*, panahan, kolam air panas, jalur jelajah hutan, *hammock camp*, dan berbagai wahana lainnya. Atraksi utama yang menjadi daya tarik pengunjung adalah keberadaan rusa yang dapat diamati secara langsung (Hariyadi et al., 2019).

Meskipun potensi yang cukup besar yaitu dengan mudahnya akses untuk mencapai Kabupaten Bandung dengan adanya tiga pintu tol utama sangat membantu mengurangi kemacetan yang tak terkendali saat libur panjang di setiap tahunnya akan tetapi justru menjadi kekhawatiran banyak pengelola destinasi wisata itu sendiri, dikarenakan banyak wisatawan yang tidak menghabiskan waktu lama di daerah Kabupaten Bandung.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Ranca Upas Periode 2023

No	Periode 2023	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	24.632
2.	Februari	13.912
3.	Maret	8.950
4.	April	22.934
5.	Mei	20.884
6.	Juni	28.050
7.	Juli	31.143
8.	Agustus	20.513
9.	September	24.952
10.	Oktober	19.857

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Bandung

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan di Ranca Upas pada tahun 2023 bisa dikategorikan banyak dalam tahun tersebut. Akan tetapi di beberapa bulan saat musim penghujan mengalami penurunan pengunjung secara drastis dikarenakan faktor akses saat di Ranca Upas menjadi licin dan juga kurang memadai. Setelah penulis melakukan wawancara secara singkat dengan pihak Disbudpar Kabupaten Bandung dan Konsumen dapat disimpulkan jika Ranca Upas menjadi kurang peminat dengan jalanan yang menjadi berbahaya saat hujan karena jalanan penuh dengan bebatuan dan tidak rata saat memasuki Ranca Upas.

Dengan banyaknya daya tarik seperti, kolam air panas, *camping ground*, dan penangkaran rusa membuat Ranca Upas menjadi tempat yang kurang memberikan rasa aman kepada pengunjung jika datangnya musim penghujan membuat banyak akses di sana menjadi licin dan terkadang memberikan bau tidak sedap dari penangkaran rusa akan tetapi hingga kini masih ada percobaan perbaikan aksesibilitas seperti perbaikan fasilitas dan membuat lebih banyak atraksi untuk dinikmati ketika berada di destinasi.

Kemudahan akses menuju Kabupaten Bandung melalui tiga pintu tol utama, seperti Tol Soreang-Pasir Koja (Soroja), telah memberikan kontribusi signifikan

dalam mengurangi kemacetan yang kerap terjadi, terutama selama libur panjang. Namun, meskipun aksesibilitas ini menjadi keunggulan yang mendukung peningkatan jumlah wisatawan, hal ini justru menimbulkan tantangan baru bagi pengelola destinasi wisata. Salah satu permasalahan utama adalah banyaknya wisatawan yang memilih untuk tidak menghabiskan waktu lebih lama di daerah Kabupaten Bandung, meskipun destinasi tersebut menawarkan berbagai jenis wisata, seperti wisata alam, budaya, kuliner, dan religi.

Ketidaktertarikan wisatawan untuk tinggal lebih lama di wilayah ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, kurang optimalnya strategi promosi yang mengedukasi wisatawan mengenai daya tarik yang tersedia, sehingga wisatawan cenderung hanya mengunjungi satu atau dua destinasi tanpa mengeksplorasi tempat lain di sekitarnya. Kedua, keterbatasan fasilitas pendukung seperti penginapan, restoran, atau atraksi tambahan yang dapat memperpanjang durasi kunjungan wisatawan. Ketiga, kurangnya integrasi antara berbagai destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bandung, yang dapat memberikan pengalaman perjalanan yang lebih menarik dan berkesinambungan. Selain itu, pola kunjungan wisatawan yang singkat ini juga berdampak pada potensi ekonomi daerah. Pendapatan dari sektor pariwisata, seperti penginapan, kuliner, dan produk lokal, menjadi kurang maksimal karena wisatawan tidak memiliki waktu yang cukup untuk mengeksplorasi lebih banyak opsi. Bahkan, masalah ini dapat menyebabkan ketimpangan dalam distribusi wisatawan, di mana hanya beberapa destinasi populer yang mendapatkan kunjungan tinggi, sedangkan tempat lain kurang dilirik.

Kualitas suatu destinasi wisata pun dapat ditentukan dari persiapan amenities, atraksi, dan aksesibilitas yang mendukung. Evaluasi yang tersedia kini sangat mempengaruhi perkembangan suatu destinasi wisata terlebih karena adanya ulasan dari para wisatawan yang telah mengunjungi destinasi tersebut dan bisa menjadi contoh untuk pembangunan destinasi baru untuk tempat yang ada di sekitar. Pengembangan pariwisata berdasar pada pengalaman yang dialami oleh wisatawan ketika mengunjungi tempat wisata, karena industri pariwisata mengalami

pengembangan yang pesat dan menghadapi persaingan yang semakin ketat, pengelola destinasi wisata utama diharuskan untuk mengutamakan kepuasan pengunjung, ketika wisatawan yang berkunjung merasa puas dengan amenities, fasilitas, dan aksesibilitas tersedia akan membuat wisatawan kembali berkunjung.

Salah satu faktor yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan adalah keramahan. Keramahan dapat diartikan sebagai sikap menyapa, tersenyum, dan memberikan rasa nyaman kepada pengunjung, sehingga menimbulkan kesan positif, khususnya bagi wisatawan yang baru pertama kali berkunjung (Simanihuruk, 2019). Menurut Wardani dan Fitriani (2020), destinasi wisata yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan destinasi lain berpotensi lebih menarik minat kunjungan, sehingga penting bagi setiap destinasi untuk memiliki ciri khas yang mudah diingat.

Selain itu, faktor aksesibilitas juga menjadi elemen penting dalam pariwisata. Aksesibilitas merujuk pada kemudahan untuk mencapai lokasi destinasi, namun waktu tempuh yang ditampilkan pada peta atau aplikasi sering kali tidak sepenuhnya akurat dan hanya memberikan perkiraan (Kim & Lee, 2019). Menurut Christodoulou et al. (2020), aksesibilitas dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu aksesibilitas absolut yang mengukur jumlah orang atau tempat yang dapat dijangkau dalam jangka waktu tertentu; kinerja transportasi yang menilai tingkat kemudahan dalam mengendalikan perjalanan di suatu wilayah; indikator lokasi yang mengukur rata-rata waktu perjalanan dari tempat tinggal menuju lokasi tujuan dengan mempertimbangkan jumlah orang di lokasi tersebut; serta aksesibilitas potensial yang menilai seluruh peluang yang dapat dicapai dari suatu titik lokasi.

Citra destinasi wisata merupakan salah satu faktor penting yang menentukan popularitas dan keberhasilan suatu destinasi. Citra destinasi memberikan dampak baik bagi masyarakat setempat maupun wisatawan. Persepsi positif terhadap suatu destinasi dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk

melakukan kunjungan ulang, terutama apabila pengalaman yang diperoleh menyenangkan dan berkesan (Beerli & Martin, 2004).

Secara konseptual, citra destinasi dapat diartikan sebagai gabungan pengetahuan, perasaan, dan gambaran imajiner seseorang terhadap suatu tempat. Gabungan ini membentuk pandangan atau persepsi mereka mengenai destinasi tersebut berdasarkan keyakinan dan bayangan yang dimiliki (Jeong & Kim, 2020).

Citra destinasi juga dapat dikaitkan dengan konsep merek, di mana citra tidak terpisahkan dari produk dalam konteks ini, produk yang dimaksud adalah destinasi wisata itu sendiri. Citra tersebut tidak selalu terbentuk melalui pengalaman langsung berkunjung, tetapi juga dapat terbentuk melalui media promosi maupun informasi yang diperoleh secara tidak langsung, seperti cerita dari mulut ke mulut atau *Word of Mouth (WoM)*. Promosi melalui WoM dinilai efektif karena informasi yang disampaikan oleh teman atau kenalan dianggap lebih jujur dan dapat dipercaya (Illah et al., 2019).

Citra suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh berbagai faktor penting seperti kelengkapan fasilitas, tingkat keamanan, dan kebersihan lingkungan. Citra yang positif akan meningkatkan kepuasan wisatawan, mendorong kunjungan ulang, serta berkontribusi pada peningkatan jumlah wisatawan dan perkembangan destinasi. Sebaliknya, pengalaman negatif seperti rasa tidak nyaman atau kekecewaan dapat menurunkan minat kunjungan dan menghambat pertumbuhan destinasi wisata. Oleh karena itu pengelola dan penyedia fasilitas di destinasi wisata harus mengutamakan kesenangan dan kepuasan para wisatawan hingga wisatawan mendapat pengalaman terbaik ketika berkunjung dan membuat kesan yang cukup baik.

Keputusan berkunjung ke suatu destinasi wisata merupakan proses di mana wisatawan menentukan pilihan destinasi yang akan dikunjungi hingga memperoleh kepuasan sesuai dengan harapan mereka. Proses ini berkaitan erat dengan kebiasaan dan perilaku wisatawan selama melakukan perjalanan (Widiastutik, 2019). Keputusan berkunjung terjadi pada tahap ketika konsumen telah menetapkan

pilihannya dan bersedia melakukan pembayaran atau berkomitmen untuk membayar, sehingga memperoleh hak untuk mengakses atau menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan di destinasi tersebut (Kotler, 2012). Menurut Sumarwan (2011), pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai proses memilih satu alternatif dari dua atau lebih pilihan yang tersedia, di mana faktor afeksi (perasaan) dan kognisi (pikiran) memiliki peran yang sama penting. Inti dari proses pengambilan keputusan ini adalah integrasi, yaitu penggabungan seluruh pengetahuan yang dimiliki untuk membandingkan alternatif, kemudian memilih opsi yang dianggap paling sesuai.

Dua faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan, pertama merupakan faktor psikologis yang ada dalam diri wisatawan, meliputi banyak poin lainnya yaitu motivasi, persepsi, sikap, dan karakteristik wisatawan. Menurut Adhi et al. (2016), faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi dapat dibedakan menjadi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal meliputi pengaruh lingkungan sekitar seperti nilai budaya, kelas sosial, dan situasi, sedangkan faktor internal berkaitan dengan aspek psikologis yang melekat pada individu wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hapsara & Ahmadi (2022) menunjukkan bahwa citra destinasi dan aksesibilitas berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan, baik secara langsung maupun melalui variabel perantara berupa keinginan untuk berkunjung. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan keputusan wisatawan dalam berkunjung, pengelola Geopark Merangin dapat mengambil langkah-langkah strategis seperti menjaga dan memperkuat citra positif Geopark Merangin serta memperbaiki aksesibilitas menuju lokasi tersebut. Upaya ini diharapkan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk mengunjungi Geopark Merangin, sehingga berdampak positif pada peningkatan jumlah kunjungan wisata.

Penelitian oleh Destorina dan Pattaray (2024) mengenai Danau Biru mengungkapkan bahwa destinasi tersebut memiliki potensi daya tarik yang tinggi

melalui keindahan alam dan ragam aktivitas wisata yang ditawarkan. Namun, aksesibilitas menuju lokasi masih memerlukan perbaikan agar pengembangan pariwisata dapat berjalan secara berkelanjutan tanpa merusak lingkungan. Perbaikan akses diharapkan mampu meningkatkan popularitas Danau Biru hingga menarik wisatawan mancanegara. Penelitian tersebut juga mengusulkan strategi untuk membangun citra positif Danau Biru sebagai upaya mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dan pengelola, antara lain melalui peningkatan kemudahan akses dan penguatan citra destinasi sehingga mendorong kunjungan ulang.

Dari permasalahan dan penelitian terdahulu diatas tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Ranca Upas, Ciwidey, guna menganalisis lebih dalam bagaimana faktor aksesibilitas dan citra destinasi dapat memiliki hubungan keputusan wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata tersebut. Berdasarkan hal ini, penulis merumuskan judul penelitian "Hubungan Aksesibilitas dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung di Ranca Upas, Ciwidey". Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi pengelola destinasi wisata dalam meningkatkan kualitas layanan dan menarik lebih banyak wisatawan.

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini perlu dirumuskan secara lebih jelas agar penelitian memiliki arah yang terfokus. Rumusan masalah berikut disusun untuk memberikan batasan serta menegaskan pertanyaan utama yang akan dijawab dalam penelitian ini.

1. Seberapa besar hubungan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Ranca Upas?
2. Seberapa besar hubungan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Ranca Upas?
3. Seberapa besar hubungan aksesibilitas dan citra destinasi secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung ke Ranca Upas?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai secara jelas agar hasil yang diperoleh dapat

memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian serta bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Untuk menganalisis hubungan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung di Ranca Upas.
2. Untuk menganalisis hubungan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Ranca Upas.
3. Untuk menganalisis hubungan aksesibilitas dan citra destinasi secara Bersama-sama terhadap keputusan berkunjung ke Ranca Upas.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mengenai peran aksesibilitas dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Ranca Upas Ciwidey adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Kegunaan Pendidikan

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber dan juga memperkaya pengetahuan dalam bidang tertentu seperti bidang pariwisata khususnya pada bidang ekowisata dan juga bidang ekonomi yang berkaitan dengan aksesibilitas dan citra destinasi menjadi faktor utama minat berkunjung bagi wisatawan, dan juga manfaat bagi warga sekitar yang terdampak dalam perekonomian.

2. Kegunaan Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengetahuan tambahan juga sebagai bahan rujukan jika ada penelitian yang bertopik serupa di waktu yang akan datang.

3. Kegunaan Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan penulis dalam menerapkan berbagai ilmu khususnya dalam bidang ekowisata.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi wisatawan, diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan pengelola maupun pemerintah setempat lebih terbuka dengan pentingnya

aksesibilitas dan citra destinasi wisata dalam kenyamanan para wisatawan saat berkunjung ke destinasi wisata.

2. Bagi Destinasi Wisata Ranca Upas, diharapkan penelitian ini menjadi salah satu sumber atau acuan terhadap peran aksesibilitas yang menjadi faktor utama setelah daya tarik agar destinasi wisata dapat terus menerus meningkatkan jumlah pengunjung dari tahun ke tahun dengan angka yang signifikan juga menjadi acuan agar para pengunjung mampu bertahan lama dan *spending* dari segala aspek secara keseluruhan di Destinasi Wisata Ranca Upas Ciwidey.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi agar fokus pembahasan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian adalah Ranca Upas di Ciwidey, dengan tiga variabel utama yang dikaji, yaitu aksesibilitas, citra destinasi, dan keputusan berkunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, di mana data diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini, aksesibilitas dan citra destinasi berperan sebagai variabel bebas, sedangkan keputusan berkunjung berperan sebagai variabel terikat.