

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini kepariwisataan merupakan salah satu hal yang penting bagi suatu negara. Dengan adanya pariwisata, suatu negara atau lebih khusus lagi pemerintah didalam suatu negara akan mendapatkan pemasukan pendapatan dari setiap daya tarik wisata. Berkembangnya sektor pariwisata di dalam suatu Negara akan menarik sektor lain untuk berkembang pula dikarenakan produk-produknya diperlukan dalam menunjang industry pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan yang dapat menjadi daya tarik untuk wisatawan. Menurut *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)*, diperkirakan industri pariwisata di dunia akan terus mengalami pertumbuhan dan akan menjadi industri terbesar di dunia pada tahun 2020. Dengan pertumbuhan mencapai 3% - 4% per tahun hingga tahun 2020. Dalam perkembangan era globalisasi saat ini pariwisata tidak terlepas dari perkembangan teknologi serta informasi, Salah satu perkembangan teknologi informasi yang dimaksud adalah *internet*. Hal ini dapat diketahui bahwa *internet* merupakan salah satu sarana atau media untuk memperoleh informasi, dengan mudah dan cepat yang hasilnya banyak pengetahuan yang diperoleh dari seluruh belahan dunia, perkembangan *internet* juga didukung dari perkembangan orang-orang dari seluruh belahan dunia sehingga pengaruh dari perkembangan tersebut akan mempengaruhi perkembangan *internet*. Dalam hal ini pun *internet* memiliki peranan yang sangat penting dalam pariwisata yang artinya dengan adanya kehadiran *internet* wisatawan akan mampu mengakses informasi apapun yang mereka inginkan ,termasuk mengakses informasi mengenai suatu daya tarik wisata dari berbagai belahan dunia, termasuk daya tarik wisata yang terdapat di Indonesia.

Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat kaya apabila dibandingkan dengan Negara lain di seluruh belahan dunia, Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan dalam pembangunan nasional karena pariwisata dapat

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

meningkatkan pendapatan nasional dan pendapatan daerah. Di dalam realitanya, sektor pariwisata pun kini dijadikan sebagai alat untuk menormalkan kembali ekonomi Indonesia yang kurang stabil. Potensi kekuatan pariwisata di Indonesia memiliki tiga unsur yaitu *alam*,

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

budaya, dan *man-made*. Untuk alam potensinya 60%, budaya 35% (untuk wisata *heritage* dan religi), wisata kuliner, belanja, dan wisata kota serta desa. Untuk *man-made* 5% dikembangkan wisata MICE dan *event* serta wisata olahraga juga dalam wisata kawasan terpadu. (www.kemenpar.go.id). Berikut data statistik pertumbuhan perjalanan wisatawan Nusantara di Indonesia pada tahun 2014 s/d 2016 :

TABEL 1.1
STATISTIK PERTUMBUHAN WISNUS DI INDONESIA
TAHUN 2014-2016

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara
2014	252,472.48
2015	255,160.60
2016	275,373.40

Sumber : kemenpar.go.id

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa tingkat kunjungan wisnus dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi karena banyaknya program promosi pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah seperti salah satunya program *Wonderful Indonesia* yang saat ini berganti nama menjadi *Pesona Indonesia*. Kegiatan ini menawarkan daya tarik wisata yang telah dipersiapkan sesuai dengan potensi yang dimiliki seperti wisata bahari, belanja, olahraga, dan lain-lain. Sektor pariwisata sangat berperan penting bagi banyak kegiatan usaha di tempat berlangsungnya wisatawan melakukan kegiatan. Industri pariwisata bersifat *Multiplier Effect*, yaitu memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan bagi industri lainnya seperti hotel, restoran, penjualan *souvenir*, paket wisata dan lainnya. Oleh karena itu pariwisata cenderung memiliki peranan yang sangat besar dalam kontribusi ekonomi kepada sektor usaha lainnya.

Dalam Hakikatnya Indonesia terdiri dari 34 provinsi yang tersebar namun pertumbuhan pariwisata di Indonesia masih belum merata yang tercatat hanya 16 daerah saja yang mampu berkembang dalam pariwisata sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Diantaranya, 16 daya tarik wisata itu adalah Bandung, Jakarta, Yogyakarta, Batam, Bali, Toba, Krakatau, Lombok, Tanah Toraja, Semarang, Jawa, Sumatera Barat, Manado, Sangalaki, Komo dan Kupang (Kemenpar, 2015).

Jawa merupakan salah satu daerah daya tarik wisata yang jumlah kunjungannya selalu meningkat setiap tahunnya, dikarenakan Jawa banyak memiliki daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan baik mancanegara maupun domestik. Salah satu potensi wisata yang dimiliki oleh Jawa adalah Provinsi Jawa Barat yang pada tahun 2016 target kunjungannya melebihi target dari pemerintah Jawa Barat yaitu mencapai 43,7 juta wisatawan mancanegara maupun Nusantara. (jabar.bps.go.id,2016). Berikut merupakan data kunjungan wisatawan nusantara ke Provinsi Jawa Barat pada tahun 2011 s/d 2016.

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA KE JAWA
BARAT
TAHUN 2011-2016

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara
2011	26,259,341
2012	28,361,263
2013	31,702,138
2014	33,617,999
2015	38,286,230
2016	39,195,688

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan Tabel 1.2 Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan tingkat kunjungan yang selalu meningkat pada setiap tahunnya yang membuktikan bahwa Provinsi Jawa Barat memiliki daya tarik yang sangat kuat dikalangan wisatawan Nusantara. Provinsi Jawa Barat pun

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dianugerahi kekayaan alam serta budaya yang sangat kuat, diantaranya adat budaya Sunda yang sangat melekat sehingga mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Adapun beberapa daya tarik wisata favorit yang terdapat di Provinsi Jawa Barat yaitu sebagai berikut :

1. Wisata Alam dan Buatan : Pantai pangandaran, Taman Safari Indonesia, **Taman Nasional Gunung Gede Pangrango**, Tangkuban Perahu, Floating Market Lembang, Farm House.
2. Wisata Budaya : Kampung Naga Garut, Taman Budaya Jawa Barat, Taman Hutan Raya IR. H. Djuanda, Candi Cangkung Garut.
3. Wisata Sejarah : Museum Geologi Bandung, Museum Konferensi Asia Afrika, Museum Zoology Bogor, Gedung Sate.

Provinsi Jawa Barat memiliki banyak potensi dalam pengembangan pariwisata baik itu potensi wisata alam, sejarah, budaya dan wisata buatan. Salah satu potensi yang terdapat di Jawa Barat adalah Kabupaten Cianjur, Kabupaten Cianjur merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Barat dan merupakan salah satu daerah favorit wisatawan di Jawa Barat (www.wisatajabar.com)

Kabupaten Cianjur memiliki daya tarik wisata yang beragam jenisnya, Mulai dari wisata alam, budaya, sejarah, religi dan wisata belanja sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Cianjur. Dalam setiap tahunnya potensi pariwisata di daerah Kabupaten Cianjur mengalami perkembangan yang dapat dilihat dari bertambahnya beberapa jumlah daya tarik wisata baru.

Taman Nasional Gunung Gede Pangrango merupakan salah satu daya tarik wisata yang terdapat di kabupaten Cianjur. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) adalah salah satu Taman Nasional yang terletak di Provinsi Jawa Barat. Ditetapkan pada tahun 1980, Taman Nasional Gunung Gede Pangrango ini merupakan salah satu Taman Nasional yang tertua di Indonesia.

Taman Nasional ini didirikan untuk melindungi dan mengkonservasi ekosistem dan flora pegunungan yang terdapat di Jawa Barat. Dengan luas 21.975 hektare, wilayahnya mencakup dua puncak gunung Gede dan Pangrango beserta tutupan hutan pegunungan di sekelilingnya. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango merupakan suatu kawasan yang didalamnya banyak terdapat daya tarik wisata

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seperti Curug Cibereum, Alun-Alun Suryakencana, Air terjun Rawa Gede, Gunung Putri dan lainnya. Hal tersebut menjadikan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango menjadi daya tarik wisata favorit dikalangan wisatawan Nusantara. Daya tarik wisata ini mampu mendatangkan wisatawan dengan pertumbuhan yang fluktuatif setiap tahunnya. Berikut jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dari tahun 2014 s/d 2016 :

TABEL 1.3
DATA JUMLAH KUNJUNGAN DI TAMAN NASIONAL
GUNUNG GEDE PANGRANGO 2014-2016

TAHUN	JUMLAH KUNJUNGAN
2014	168.364
2015	155.285
2016	150,364

(Sumber : Buku Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, 2017)

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa data jumlah kunjungan ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango mengalami penurunan pada tahun 2015 dan 2016 dan tidak mampu mencapai target yang diinginkan oleh pihak pengelola Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang memiliki target yaitu 165 ribu wisatawan (*Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango*). Hal ini dikarenakan pihak pengelola kurang melakukan promosi mengenai Taman Nasional Gunung Gede Pangrango serta juga faktor penurunan tingkat kunjungan pun diakibatkan oleh munculnya beberapa daya tarik wisata baru di Kabupaten Cianjur sehingga hal tersebut dapat mengalihkan keinginan wisatawan untuk berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Solusi yang dilakukan dalam hal ini adalah Taman Nasional Gunung Gede Pangrango melakukan upaya meningkatkan kunjungan wisatawan melalui promosi yang berfungsi dalam menginformasikan

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kepada masyarakat luas mengenai produk dan jasa yang ditawarkan. Adapun beberapa program promosi yang telah dilakukan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang dapat dilihat pada tabel 1.4 :

TABEL 1.4
PROGRAM PROMOSI TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE
PANGRANGO

No	Program Promosi
1	Menggunakan website Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sebagai alat pemasaran daya tarik wisata dengan menyiapkan informasi yang menarik.
2	kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata dengan membuat paket-paket wisata.
3	Melakukan promosi secara direct mailing yang intensif
4	Mempromosikan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango melalui media televisi (NET TV)

Sumber : Marketing Taman Nasional Gunung Gede Pangrango 2016

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa upaya promosi yang telah dilakukan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dalam upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan serta dalam menginformasikan jasa dan produk yang dimiliki kepada wisatawan sudah cukup baik, namun pada nyata nya masih terjadi penurunan tingkat kunjungan wisatawan, oleh karena itu pihak Marketing dari Taman Nasional Gunung Gede Pangrango pada tahun 2016 berusaha mengarahkan para wisatawan untuk mencari informasi terkait produk, promosi dan berita acara melalui *website* resmi yang dikelola oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sehingga akan memberikan pengetahuan kepada wisatawan mengenai Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Peran *Website* dalam era digital saat ini adalah merupakan salah satu alat promosi yang dilakukan dalam upaya untuk memasarkan suatu daya tarik wisata dengan mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan kepada wisatawan.

Website pun saat ini merupakan media yang dijadikan acuan oleh wisatawan dalam mencari informasi dikarenakan dengan melalui

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Website resmi wisatawan akan lebih percaya mengenai informasi yang diberikan langsung dan dikelola oleh perusahaan. Adanya *Website* resmi ini pun di era digital saat ini akan memberikan kesan efektif dan efisien kepada wisatawan dalam mencapai informasi yang diinginkan. Adapun dimensi dari *Website* yang telah di implementasikan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yaitu :

TABEL 1.5
IMPLEMENTASI DIMENSI *WEBSITE* DI TAMAN NASIONAL
GUNUNG GEDE PANGRANGO

No	Dimensi <i>Website</i>	Implementasi di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
1	Structure of provided Information	Informasi yang diberikan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango terstruktur dan dapat mudah untuk dipahami oleh wisatawan
2	<i>Website</i> Design	Desain dan konten <i>website</i> dibuat dengan sangat menarik untuk wisatawan yang mengunjungi <i>website</i> Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
3	Update Information Frequency	Informasi yang diberikan oleh Pengelola selalu diperbaharui mengenai kabar berita terbaru Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
4	Feedback	Pengelola menawarkan wisatawan yang berkunjung untuk memberikan saran maupun kritik mengenai <i>website</i> Taman Nasional Gunung Gede Pangrango melalui email ataupun bias langsung menghubungi pengelola
5	User Guide	Pengelola memberikan panduan mengenai prosedur perizinan serta mengenai cara melakukan online booking.

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hal ini menunjukkan bahwa dalam promosi nya pada tahun 2016 pihak Marketing Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sangat mengembangkan promosi elektronik berupa *Website* dalam mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkannya kepada wisatawan dalam upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan pada tahun 2017. Penampilan *website* resmi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut :



Sumber : gedepangrango.org, 2017

GAMBAR 1.1 WEBSITE RESMI TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *website* Taman Nasional Gunung Gede Pangrango memiliki konten yang cukup lengkap dalam mengkomunikasikan produk jasa dan fasilitas yang ditawarkan kepada wisatawan. Selain itu *website* resmi Taman Nasional Gunung Gede Pangrango memiliki tampilan desain yang cukup menarik sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi wisatawan yang mengunjungi *website* ini. Konten *website* yang dimiliki oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dapat dilihat dalam Tabel 1.6 :

TABEL 1.6 FITUR DI WEBSITE TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020
PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP
KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN
NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

FITUR	KETERANGAN
<i>Info Pengunjung</i>	Meliputi Informasi mengenai daya tarik wisata yang dimiliki, akses serta akomodasi yang tersedia.
<i>Peta Interaktif</i>	Informasi mengenai tata letak Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dan daya tarik wisata yang dimiliki.
<i>Penelitian</i>	Informasi terkait penelitian-penelitian yang telah dilakukan di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
<i>Unduh</i>	Informasi mengenai prosedur perizinan serta buku mengenai Taman Nasional Gunung Gede Pangrango yang dapat diunduh melalui <i>website</i> ini.
<i>Tautan</i>	Informasi mengenai pihak-pihak yang ikut terlibat dalam pengembangan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
<i>Online Booking</i>	Alat yang mempermudah wisatawan dalam melakukan reservasi secara online di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Sumber : gedepangrango.org, 2016

Berdasarkan Tabel 1.6, dapat diketahui bahwa konten yang terdapat di *website* Taman Nasional Gunung Gede Pangrango seperti info tentang daya tarik wisata yang dimiliki, akomodasi serta peta interaktif dalam mengkomunikasikan kepada wisatawan sehingga dapat memberikan informasi yang detail yang dapat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan oleh Kotler dan Bowen (2014, hlm 517) “*website engage consumer in an interaction that will move them closer to a direct purchase or other marketing outcome*”. *Website* pemasaran mampu mengikat konsumen dalam suatu interaksi yang nantinya akan menggerakkan mereka kepada pembelian langsung atau hasil dari pemasaran lainnya.

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis perlu untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *Website* sebagai alat komunikasi pemasaran di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dalam upaya meningkatkan keputusan berkunjung para wisatawan. Maka dari itu penulis mengambil judul **Pengaruh Website sebagai Online Marketing Communication di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (Survei terhadap Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango)**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai *website* sebagai *online marketing communication* yang digunakan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
2. Bagaimana gambaran mengenai keputusan berkunjung di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *website* sebagai *online marketing communication* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai *website* sebagai *online marketing communication* yang digunakan oleh Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.
2. Untuk memperoleh gambaran mengenai keputusan berkunjung yang terdapat di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
3. Untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh penggunaan *website* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan teoritis maupun praktis :

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam bidang akademik, menambah ilmu pemasaran mengenai pengaruh penggunaan *website* sebagai *online marketing*

Muhamad Rezil Anfirifa Putra, 2020

PENGARUH SITUS JARINGAN SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DARING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (SURVEY TERHADAP WISATAWAN TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- communication* terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada daya tarik wisata Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak pengelola Taman Nasional Gunung Gede Pangrango dalam mengembangkan *website* sebagai *online marketing communication* yang dimilikinya.