

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Penurunan niat berkunjung wisatawan ke suatu destinasi wisata terlihat jelas selama masa pandemi COVID-19 (Bascha et al., 2021). Selama masa pandemi ini wisatawan cenderung memilih untuk berwisata di domisili masing-masing dibandingkan harus berpergian ke luar kota atau luar negeri (Wolff et al., 2019). Risiko perjalanan yang dirasakan selama pandemi menjadi salah satu alasan mengapa wisatawan domestik dan internasional memiliki niat dan perilaku perjalanan yang berbeda (Lepp & Gibson, 2003; Reisinger & Mavondo, 2005). Pilihan destinasi wisata dan perilaku wisatawan cenderung akan dipengaruhi oleh kekhawatiran mereka terhadap risiko kesehatan atau kemungkinan adanya penyakit menular (Chinazzi et al., 2020). Kekhawatiran wisatawan juga terjadi di masa pandemi sekarang di mana banyak wisatawan yang merasa takut untuk berwisata (Beck & Hensher, 2020; Wen et al., 2021) di mana hal ini menyebabkan niat wisatawan untuk berpergian selama wabah COVID-19 terus menerus berubah bahkan lebih mengarah kepada pembatalan rencana perjalanan wisata (Neuburger & Egger, 2021). Hal ini sangat berbeda ketika sebelum masa pandemi COVID-19 di mana banyak wisatawan melakukan perjalanan wisata.

Pada tanggal 21 Juni 2021 Bupati Sukabumi mengeluarkan surat edaran tentang Pelaksanaan Sementara Kegiatan Operasional pada Destinasi Pariwisata di Kabupaten Sukabumi. Berdasarkan surat edaran tersebut dikatakan bahwa seluruh destinasi wisata di wilayah Kabupaten Sukabumi ditutup bagi wisatawan yang berasal dari luar wilayah Kabupaten Sukabumi. Penutupan destinasi wisata di Kabupaten Sukabumi ini bertujuan untuk mengurangi penyebaran COVID-19 dan menghindari adanya kerumunan massa. Hal ini menyebabkan terjadinya penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Kabupaten Sukabumi, termasuk Ciletuh-Palabuhanratu UNESCO *Global Geopark* (UGGp) yang mana berdampak pada turunnya niat wisatawan untuk mengunjungi *geopark*.

Niat berkunjung wisatawan di industri pariwisata telah diteliti selama bertahun-tahun (Lam & Hsu, 2006). (Chalip et al., 2003) meneliti mengenai permasalahan dan periklanan dari suatu destinasi dan media acara olahraga pada citra destinasi dan niat berkunjung ke destinasi tuan rumah. Penelitian lainnya berkaitan dengan *affective image* yang memiliki hubungan relevan dengan niat berkunjung (Ma, 2012). Hasil penelitian yang dilakukan di Candi Borobudur menunjukkan bahwa niat berkunjung wisatawan mancanegara ke daya tarik wisata tersebut terbentuk oleh dua hal yaitu kesucian dan citra destinasi (B. Hermawan et al., 2016). Pada destinasi *geopark* (Diyanto, 2019) melakukan penelitian pada minat berkunjung wisatawan ke *Geopark* Karangsembung di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Penelitian yang dilakukan di *Geopark* Arouca, Portugal memberikan hasil pada pendidikan yang melibatkan kerja kooperatif dan praktek dapat meningkatkan minat untuk mengunjungi *geopark* lainnya karena rasa ingin tahu tentang ilmu kebumian yang turut meningkat (Henriques et al., 2012). Adapun penelitian yang pernah dilakukan oleh (Nurhayati et al., 2019) di Ciletuh-Palabuhanratu UGGp berkaitan dengan niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke *geopark* tersebut.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah perjalanan wisatawan nusantara berdasarkan provinsi-provinsi di Indonesia dari tahun 2019-2021 terjadi fluktuasi. Pada tahun 2019, jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan sebanyak 722.158.733 wisatawan. Akibat pandemi COVID-19 yang terjadi pada tahun 2020 terjadi penurunan sebesar 28,9% dengan jumlah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sebanyak 518.588.962 wisatawan (Badan Pusat Statistik, 2020). Tahun 2021 terjadi peningkatan sekitar 11% pada perjalanan wisatawan nusantara. Adapun angka fluktuasi jumlah perjalanan wisatawan nusantara berdasarkan provinsi-provinsi di Indonesia dari tahun 2019-2021 tersaji pada Tabel 1.1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Berdasarkan Provinsi di Indonesia di bawah ini:

TABEL 1.1
JUMLAH PERJALANAN WISATAWAN NUSANTARA BERDASARKAN
PROVINSI

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2019	722.158.733
2020	518.588.962
2021	603.020.000

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Fluktuasi jumlah wisatawan nusantara juga terjadi di Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2019 sebanyak 64.610.106 wisatawan nusantara mengunjungi Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2020 terjadi penurunan sebesar 43% dengan jumlah wisatawan hanya 36.524.212 wisatawan nusantara, penurunan ini terjadi akibat adanya pandemi COVID-19 (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, 2021).

TABEL 1.2
JUMLAH PERJALANAN WISATAWAN NUSANTARA DI PROVINSI
JAWA BARAT

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2019	64.610.106
2020	36.524.212
2021	47.132.138

Sumber: Open Data Jawa Barat, 2022

Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang juga mengalami jumlah penurunan wisatawan selama masa pandemi COVID-19. Pada tahun 2020 jumlah wisatawan nusantara yang mengunjungi Kabupaten Sukabumi sempat mengalami kenaikan dibandingkan tahun sebelumnya, namun, pada tahun 2021 angka kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat menurun kembali akibat pandemi ini (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi, 2022). Adapun keterangan lebih lanjut mengenai jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat tersaji dalam Tabel 1.3 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara di Kabupaten Sukabumi.

TABEL 1.3
JUMLAH PERJALANAN WISATAWAN NUSANTARA DI KABUPATEN SUKABUMI

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2019	153.753
2020	738.782
2021	565.545

Sumber: Open Data Jawa Barat, 2022

Salah satu daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat yaitu Ciletuh-Palabuhanratu UGGp juga mengalami fluktuasi jumlah wisatawan. Berdasarkan data Ciletuh-Palabuhanratu UGGp pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah wisatawan sebesar 70% dibandingkan tahun 2019. Adapun angka penurunan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Ciletuh-Palabuhanratu UGGp tersaji pada Tabel 1.4 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara ke Ciletuh-Palabuhanratu UNESCO *Global Geopark* (UGGp) berikut.

TABEL 1.4
JUMLAH PERJALANAN WISATAWAN NUSANTARA KE UNESCO GLOBAL GEOPARK CILETUH-PALABUHANRATU

Tahun	Jumlah Wisatawan Nusantara
2019	873.894
2020	264.724
2021	321.420

Sumber: Hasil olahan data, 2022

Terjadinya peningkatan angka kunjungan wisatawan di tahun 2021 dikhawatirkan dapat menjadi pemicu terjadinya *revenge travel*, yaitu aktivitas wisata yang dilakukan oleh pengunjung setelah pandemi COVID-19 setelah berbulan-bulan tinggal di rumah dan tidak melakukan perjalanan wisata (Zaman et al., 2021). *Revenge travel* dapat membawa industri pariwisata ke arah *overtourism* (Antariksa et al., 2022).

Overtourism atau yang dikenal juga dengan *mass tourism* terjadi ketika wisatawan dalam jumlah yang banyak datang berkunjung ke suatu destinasi wisata dalam waktu yang bersamaan (World Tourism Organization, 2018; Milano et al., 2019). Peristiwa *overtourism* dapat menimbulkan kekhawatiran akan dampaknya terhadap lingkungan di kawasan objek wisata (Capocchi et al., 2019). Tingginya angka wisatawan yang berkunjung ke objek wisata namun tidak disertai dengan kesadaran lingkungan akan berdampak pada sampah yang membuat objek wisata menjadi kotor dan terlihat tidak terawat serta dapat merusak flora dan fauna yang ada (Nofriya et al., 2019; Ni Wayan Anggreni, 2021).

Banyak destinasi wisata di dunia, termasuk Bali yang mengalami peningkatan sampah yang dibuang oleh wisatawan (Somani, 2019). Salah satu cara untuk menghindari terjadinya *overtourism* di wisata alam dan untuk mengatasi permasalahan lingkungan yang terjadi di destinasi wisata adalah dengan menjadi wisatawan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Jiang et al., 2022).

Seseorang dapat menjadi wisatawan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan melalui tiga tahap yaitu sebelum, selama dan setelah perjalanan wisata. Sebelum melakukan perjalanan wisatawan dapat mencari dan memilih *travel agent* dan tempat wisata yang mengedepankan pariwisata keberlanjutan dan pariwisata yang bertanggung jawab, mencari dan menggunakan transportasi ramah lingkungan atau transportasi publik seperti kereta dan bis, merencanakan perjalanan pada saat *off season* untuk menghindari *overtourism*, dan memilih *green hotel* sebagai akomodasi. Selama perjalanan wisata wisatawan dapat menjadi wisatawan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan meminimalisir pembuangan sampah, memaksimalkan penggunaan fitur elektronik (*e-ticket* dan *e-wallet*) untuk mengurangi penggunaan kertas, perbanyak jalan kaki, membeli produk lokal destinasi, tidak membeli produk yang terbuat dari hewan yang dilindungi, menghormati dan menghargai masyarakat serta budaya lokal dan tidak mengambil kerang, karang atau benda alam lainnya. Setelah melakukan perjalanan wisatawan dapat membagikan pengalamannya dan mempromosikan kegiatan-kegiatan yang mendukung lingkungan kepada keluarga,

teman dan orang-orang terdekat dan mempertimbangkan untuk melakukan donasi pada program-program yang mengutamakan kelestarian lingkungan di destinasi wisata (Spenceley & Rylance, 2016; Responsible Travel Organization, 2021; Go Vacation India, 2022 Indonesia Travel, 2022).

Walaupun terjadi peningkatan kunjungan wisatawan di tahun 2021, angka tersebut masih tergolong kecil dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Sedikitnya wisatawan yang berkunjung ke Ciletuh-Palabuhanratu UGGp memiliki dampak berkelanjutan pada perekonomian masyarakat sekitar kawasan *geopark* (Kadarisman, 2021). Seorang pemandu wisata dan operator perahu wisata dapat meraup hingga Rp 6 juta dari tiap minggunya sebelum adanya pandemi COVID-19. Keadaan tersebut berbeda dengan kondisi saat ini di mana sedikitnya wisatawan yang berkunjung membuat pendapatan menjadi tidak menentu, bahkan terkadang tidak ada pendapatan yang diperoleh sama sekali (Ishlahiddin, 2021). Berdasarkan ungkapan salah satu penduduk, pendapatan sehari-hari turun hingga 70%. Menurutnya, penghasilan selama akhir minggu sebelum ada wabah COVID-19 bisa mencapai Rp 100.000 - Rp 200.000 per harinya, namun, saat ini untuk mendapatkan Rp 30.000 terasa sulit karena tidak ada wisatawan yang datang berkunjung (Almas, 2021).

Permasalahan niat berkunjung kerap kali dikaji menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini merupakan pengembangan teori yang lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action* (Icek, 1985). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* memiliki tiga aspek yaitu perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* telah mendukung beberapa penelitian yang berkaitan dengan niat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata (Lam & Hsu, 2004; Hultman et al., 2015; Park et al., 2016; To et al., 2017; Ahmad et al., 2020). Salah satu penelitian yang menggunakan *Theory of Planned Behavior* dan berkaitan dengan niat wisatawan untuk mengunjungi ekowisata dilakukan oleh (Hultman et al., 2015) yang mengungkapkan bahwa niat wisatawan untuk berkunjung dipengaruhi oleh *environmental belief*, motivasi berwisata, dan *ecotourism attitude*. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (To et al., 2015) mengungkapkan bahwa niat wisatawan

berkunjung ke ekowisata juga dipengaruhi oleh dua hal yaitu *environmental belief* dan *ecotourism attitude*.

Ekowisata Ciletuh-Palabuhanratu UGGp adalah suatu destinasi wisata yang berkaitan erat dengan alam. Oleh karena itu, ketika mengunjungi suatu wisata alam, wisatawan harus memiliki *environmental belief* (Kimmel, 1999; Waylen et al., 2009). *Environmental belief* juga berhubungan langsung dengan kesadaran akan lingkungan di mana menurut (Cottrell & Graefe, 1997) *environmental belief*, komitmen terhadap diri sendiri untuk menyelesaikan masalah, dan pengetahuan tentang ekologi dapat menjadi penentu perilaku dan sikap seseorang yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh (Hunter, 2000) menyatakan bahwa *environmental belief*, pengetahuan tentang lingkungan dan perilaku terhadap konservasi ekologi memiliki keterkaitan yang erat dengan *ecotourism attitude*. Maka dari itu, seorang wisatawan yang sadar bahwa menjaga konservasi alam itu penting cenderung akan bersikap tanggung jawab terhadap lingkungannya (Pham & Khanh, 2020).

Penelitian ini menggunakan *environmental belief* sebagai variabel eksogen karena berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya diyakini bahwa *environmental belief* menjadi langkah awal sebelum wisatawan memutuskan untuk pergi ke wisata alam (Kimmel, 1999; Waylen et al., 2009). Sedangkan, *ecotourism attitude* dijadikan sebagai mediasi antara *environmental belief* dan niat berkunjung ke ekowisata karena wisatawan yang memiliki *environmental belief* dapat meningkatkan sikap positif terhadap lingkungan (Chiu et al., 2014) sehingga nantinya dapat membentuk sikap yang bertanggung jawab pada lingkungan sekitarnya (Hultman et al., 2015).

Penelitian mengenai *environmental belief*, *ecotourism attitude*, dan niat berkunjung ke ekowisata penting untuk dilakukan karena melalui *environmental belief* dapat membantu untuk memahami hubungan antara manusia dan lingkungan yang diperoleh dari berbagai informasi dan pengetahuan mengenai lingkungan, permasalahan, dan solusinya (Aguilar-Luzón et al., 2020). *Environmental belief* kemudian dapat memengaruhi cara individu dalam memandang norma-norma

lingkungan dan dapat memengaruhi sikap mereka dan lebih terlibat dalam sikap yang mementingkan *ecotourism attitude* (Aguilar-Luzón et al., 2020; Gadenne et al., 2011; Inkpen & Baily, 2020; Li et al., 2021).

Seseorang dengan *environmental belief* dan *ecotourism attitude* yang tinggi cenderung akan lebih memilih ekowisata sebagai destinasi wisata karena ketertarikannya pada wisata yang ramah lingkungan (Hultman et al., 2015; Pham & Khanh, 2020). Secara keseluruhan memahami mengenai ketiga variabel tersebut dapat membantu seorang individu dalam meningkatkan keyakinan dirinya mengenai hubungannya dengan alam yang dapat meningkatkan sikap positif terhadap lingkungan sehingga akan lebih tertarik untuk mengunjungi objek wisata yang mengedepankan lingkungan.

Pengimplemtasian *environmental belief* dapat dilakukan dengan meningkatkan *environmental literacy* seseorang. *Environmental literacy* adalah pengetahuan mengenai isu, konsep, kepercayaan diri, dan sistem lingkungan alam ekologi yang dapat menimbulkan kesadaran diri seorang individu untuk melestarikan alam serta didorong dengan sikap dan rasa peduli terhadap lingkungan (North American Association for Environmental Education, 2011; Maulidya et al., 2014; Nunez et al., 2016; Wheaton et al., 2018). Meningkatkannya pengetahuan dapat membuat seorang individu mengembangkan sikap, nilai dan menyadari pentingnya lingkungan serta dampak dan tindakan mereka terhadap lingkungan. *Environmental literacy* yang meningkat dapat membantu seseorang membuat keputusan yang lebih tepat tentang lingkungan dan terlibat dalam perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Coyle, 2004; Nunez et al., 2016). Secara keseluruhan *environmental literacy* dapat meningkatkan kepercayaan seseorang mengenai *environmentla belief* dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan dan hubungannya dengan lingkungan alam.

Ecotourism attitude seseorang dapat direfleksikan dengan usahanya untuk mengurangi dampak negatif lingkungan dan berkontribusi terhadap pelestarian lingkungan (Jiang et al., 2022). Pada industri pariwisata usaha seorang wisatawan untuk mengurangi dampak negatif lingkungan dapat ditunjukkan dengan melakukan beberapa sikap yang pro-lingkungan seperti mengurangi penggunaan energi, air, dan material, mengurangi limbah, serta mengurangi jejak karbon (Dias et al., 2021; Tang et al., 2022). Pemilihan *green hotel* sebagai akomodasi juga dapat membantu melestarikan lingkungan karena *green hotel* cenderung melakukan praktik yang berkelanjutan seperti menggunakan peralatan hemat energi, menggunakan produk ramah lingkungan, mempromosikan kesadaran lingkungan terhadap tamu dengan memberikan informasi mengenai permasalahan lingkungan setempat dan menawarkan kegiatan yang dapat mengurangi dampak negatif pada lingkungan, membentuk *green team* untuk meningkatkan praktik dan kinerja berkelanjutan, dan menyediakan berbagai fasilitas hijau seperti tempat sampah daur ulang (Choice Hotels, 2019; Global Stewards, 2020; Joshi, 2022; Operto, 2021).

Wisatawan juga akan cenderung akan memilih transportasi yang lebih ramah lingkungan seperti lebih memilih untuk menggunakan transportasi publik (Hanna & Adams, 2017). Ketika berada di destinasi wisata sebaik mungkin wisatawan harus dapat menghormati penduduk, budaya, dan tradisi setempat serta menjaga sikap, beradab, dan santung ketika berkunjung. Seorang wisatawan bertanggung jawab terhadap lingkungan di kawasan destinasi wisata dengan tidak membuang sampah sembarangan dan mematuhi peraturan lingkungan yang diterapkan (Dias et al., 2021).

Berdasarkan *Strategic Plan 2022-2023* yang disusun oleh (Global Geoparks Network, 2021) *Global Geoparks Network* (GGN) memiliki rencana strategis selama dua tahun untuk tahun 2022-2023 yang berlaku di tengah pandemi COVID-19 dengan susunan rencana sebagai berikut:

1. Fungsi dan komunikasi GGN dengan anggota.
2. Memperkuat kolaborasi dengan UNESCO untuk menjalankan UNESCO *Global Geopark*.
3. Mendorong cabang-cabang GGN untuk bekerja lebih efisien dan profesional, mendukung cabang-cabang GGN untuk menemukan solusi dari setiap tantangan, dan mendukung penyelenggaraan konferensi *geopark* regional.
4. Mendorong anggota GGN dan pemegang kepentingan *geopark* untuk bekerja secara konsisten dan meningkatkan kolaborasi dengan sesama anggota GGN.
5. Mendorong pembentukan kelompok kerja baru untuk mengkoordinasikan kegiatan tematik yang bersinergi dengan kelompok kerja wilayah, mendorong realisasi bersama di antara anggota GGN dan melanjutkan *Geopark Film Festival* setiap dua tahun sekali serta menggunakan kesempatan tersebut untuk mempromosikan *geopark*.
6. Pengimplementasian strategi komunikasi dan pemasaran untuk meningkatkan kesadaran akan UNESCO *Global Geopark* secara global.
7. Mencari stabilitas keuangan dan siap untuk mendukung kegiatan promosi besar.
8. GGN akan terus menyelenggarakan kegiatan pengembangan kapasitas dan bekerja sama dengan UNESCO.
9. Mempromosikan merek *geopark* di seluruh dunia
10. Memperkuat kerja sama dan jaringan internasional seperti *International Union for Conservation of Nature and Natural Resources* (IUCN) dan *International Union of Geological Survey* (IUGS).

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) mengemukakan tiga strategi pengembangan *geopark* pada masa pandemi COVID-19 yang terdiri dari akselerasi pengembangan *geopark* sebagai salah satu strategi Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), elaborasi pendekatan digital dan sosial media untuk strategi komunikasi dan promosi *geopark* dan ketiga adalah memperkuat kerja sama antar daerah bersama dengan masyarakat lokal (Saviera, 2020).

Ciletuh-Palabuhanratu UGGp memiliki tiga strategi pengelolaan *geopark*. Ketiga strategi tersebut terdiri dari melakukan pemetaan hubungan sosial dan ekologi kawasan *geopark*, pengidentifikasian dampak COVID-19 di masa pandemi dan pasca pandemi, serta inventarisasi pedoman dan kerangka tata kelola sebagai alat dari pengelolaan *geopark*. Pemetaan dampak COVID-19 nantinya akan menghasilkan strategi yang tepat untuk meningkatkan nilai tambah wisata dari Ciletuh-Palabuhanratu UGGp dan kemudian akan menghasilkan keuntungan dari sisi ekonomi, budaya dan lingkungan (Kusumawanti, 2020). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga mendukung perbaikan tata kelola Ciletuh-Palabuhanratu UGGp. Hal ini dilakukan agar Ciletuh-Palabuhanratu UGGp tetap menjadi daya tarik wisata yang juga mengedepankan pelestarian lingkungan sehingga dapat memajukan pariwisata (Nasution, 2020). BAPPENAS menekankan beberapa hal berkaitan dengan *geopark* untuk pemulihan ekonomi setelah pandemi COVID-19, diantaranya adalah sebagai berikut (Pardede, 2021):

1. Mendorong pariwisata sebagai salah satu penggerak pemulihan ekonomi di Indonesia.
2. Menerapkan prinsip keberlanjutan dalam pembangunan seluruh ekosistem pariwisata.
3. *Revenge tourism* setelah sekian lama di rumah (WFH) memiliki potensi untuk meningkatkan pariwisata, terutama wisata alam dengan potensi turis domestik muda (milenial) mendominasi awal pemulihan pariwisata.
4. *Geopark* berpotensi sebagai pemicu awal pemulihan ekonomi yang menyerap tenaga kerja, menjadi *multiplier effect* sektor lain, mengurangi kesenjangan dan mengembangkan pariwisata alam yang lebih bersih, sehat, dan melestarikan lingkungan hidup.
5. Pendekan terintegrasi promosi *geopark* dan kepatuhan protokol kesehatan.
6. Transformasi digital dan *touchless solution* perlu diakselerasi.

7. Insentif fiskal melalui libur atau diskon pajak perlu dilakukan beberapa bulan hingga wisata mulai normal.
8. *Wellness tourism* dapat menjadi alasan utama wisatawan kembali melakukan perjalanan setelah pandemi COVID-19.

(Rahmawati et al., 2021) mengusulkan mengenai strategi pemasaran bagi Ciletuh-Palabuhanratu UGGp yang dapat diterapkan pada masa pemulihan pasca pandemi COVID-19. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah membuat paket wisata, menggabungkan bauran pemasaran dengan wisata alami dan budaya yang dimiliki, meningkatkan promosi *geopark*, dan melakukan pemberdayaan masyarakat dan strategi membangun komitmen serta kerja sama dengan pemangku kepentingan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *environmental belief* dan *ecotourism attitude* di Ciletuh-Palabuhanratu UGGp?
2. Bagaimana gambaran niat berkunjung wisatawan ke Ciletuh-Palabuhanratu UGGp?
3. Bagaimana pengaruh *environmental belief* terhadap niat berkunjung wisatawan ke ekowisata Ciletuh-Palabuhanratu UGGp melalui *ecotourism attitude*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran tentang *environmental belief* dan *ecotourism attitude* wisatawan di Ciletuh-Palabuhanratu UGGp.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai gambaran niat berkunjung ke ekowisata wisatawan ke Ciletuh-Palabuhanratu UGGp.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh dari *environmental belief* terhadap niat berkunjung wisatawan ke ekowisata Ciletuh-Palabuhanratu UGGp melalui *ecotourism attitude*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan dalam kajian studi pariwisata. Khususnya ketika membahas tentang ekowisata.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *environmental belief* dan *ecotourism attitude* serta pengaruhnya terhadap niat berkunjung ke ekowisata.
2. Kegunaan secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pemangku kepentingan di kawasan Ciletuh-Palabuhanratu UGGp terkait dengan pengembangan kawasan *geopark* sehingga dapat meningkatkan niat kunjungan wisatawan ke Ciletuh-Palabuhanratu UGGp.