

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata menjadi salah satu industri penting yang selalu menjadi prioritas bagi berbagai negara di dunia termasuk Indonesia untuk terus berkembang mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat (Hidayahtullah *et al.*, 2020). Semakin berkembangnya industri pariwisata setiap negara dituntut untuk terus meningkatkan angka kunjungan sehingga mampu mendatangkan wisatawan dari berbagai daerah agar dapat meningkatkan perekonomian warga setempat dan tentunya perekonomian negaranya. Hal tersebut juga menjadi perhatian di Indonesia untuk memberikan perhatian lebih pada setiap objek wisata sehingga mampu mendatangkan wisatawan dari berbagai daerah bahkan dari luar negara. Saran pers pada rapat kerja dengan komisi XDPR RI di Gedung DPR RI, Senayan, Jakarta, Rabu (25/1/2023), Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) memaparkan mengenai pencapaian sektor parekraf di tahun 2022 salah satunya mengenai adanya peningkatan nilai devisa pariwisata 2022 dari 0,52 miliar dollar AS pada 2021 menjadi 4,26 miliar dollar AS dan meningkatnya nilai tambah ekonomi kreatif dari Rp1.191 triliun di 2021 menjadi Rp1.236 triliun. Tidak hanya itu, Indonesia juga meraih peringkat ke-32 dalam *Travel and Tourism Development Index* (TTDI), juga adanya peningkatan angka kunjungan wisatawan dari mancanegara sebanyak 4,58 kunjungan dan pergerakan wisatawan nusantara

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian pribadi dan tidak boleh disebarluaskan atau dipinjamkan kepada pihak lain tanpa izin dari Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika.



mencapai angka 633 juta pergerakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia berhasil meningkatkan industri pariwisata sehingga semakin dikenal dan tidak menutup kemungkinan bahwa akan terus meningkat setiap tahunnya. Wisata alam merupakan obyek wisata yang paling banyak diminati wisatawan untuk berkunjung

karena menawarkan pemandangan yang indah dan memberikan kenyamanan tersendiri kepada para wisatawan. Indonesia merupakan negara kepulauan yang terdiri dari beragam suku, budaya, dan kekayaan alam yang berlimpah sehingga mampu menarik wisatawan lokal hingga mancanegara.

Jawa Timur adalah sebuah provinsi yang terletak di bagian timur pulau Jawa. Salah satu provinsi yang memiliki potensi wisata terbaik karena terdapat salah satu wisata yang tersohor yaitu objek wisata Gunung Bromo. Wisata yang terletak di perbatasan empat wilayah kabupaten yakni Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Pasuruan, Kabupaten Malang, dan Kabupaten Lumajang yang merupakan objek wisata utama di Jawa Timur. Wisata yang mampu menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung karena keindahan alam yang ditawarkan memiliki pemandangan *sunrise* dan lautan pasir seluas 10km mampu memanjakan mata dan memberikan kepuasan tersendiri bagi para pengunjung. Data jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata gunung bromo dapat dilihat pada tabel 1.1 :



Tabel 1.1

Data jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Gunung Bromo

Tahun	Wisatawan lokal	Wisatawan mancanegara	Jumlah
2018	800.130	25.076	825.206
2019	699.021	22.061	721.082
2020	193.733	2.658	196.268
2021	138.695	240	138.935
2022	310.418	8.501	318.919

Sumber : beritajatim.com dan news.republika.co.id

Dapat dilihat pada tabel 1.1 data jumlah wisatawan yang berkunjung pada objek wisata Gunung Bromo mengalami penurunan jumlah kunjungan secara signifikan pada tahun 2021. Hal tersebut disebabkan karena pada tahun 2021 sedang dalam penanganan dan pencegahan penyebaran covid-19 yang kembali mengalami penyebaran varian delta tipe *hyper transmissible* pada 21 provinsi dan dalam kurun lima hari sudah merebak ke 23 provinsi di Indonesia (Pranomo, 2022). Dikutip dari beritajatim.com, pada tahun 2022 data jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Gunung Bromo kembali meningkat dua kali lipat sehingga Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP) mencapai Rp 11,65 miliar. Pendapatan ini mengalami peningkatan cukup signifikan bila dibandingkan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2021 yang berjumlah Rp4,85 miliar. Namun jumlah kunjungan wisatawan asing masih terbilang sedikit sehingga diperlukan strategi lebih dari pihak pemerintah



pengelola objek wisata Gunung Bromo dalam hal menarik minat pengunjung wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Gunung Bromo.

Aksesibilitas yang mudah diakses diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke tempat wisata. Aksesibilitas merupakan faktor pendukung yang dapat memudahkan wisatawan untuk mencapai tujuan seperti desa, dibantu dengan adanya papan penunjuk jalan (*signage*), memiliki modal transportasi yang bisa digunakan untuk menjangkau tempat wisata, dengan jalan yang memiliki kondisi baik untuk dilalui (Hadiwijoyo., 2018: 40). Sedangkan menurut Soekadijo (2003) dalam Abdulhaji dan Yusuf (2017) bahwa aksesibilitas harus memenuhi tiga persyaratan yaitu (1) memiliki akses informasi yang dapat memudahkan dalam mengakses segala jenis fasilitas, (2) memiliki akses dengan kondisi jalan yang mudah dilalui sehingga sampai di tujuan objek wisata, (3) serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan. Dalam perjalanan menuju Gunung Bromo, wisatawan perlu memperhatikan kondisi cuaca dan waktu yang tepat untuk menghindari kabut dan memaksimalkan pengalaman wisata.

Selain aksesibilitas, citra destinasi sangat penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang melakukan kunjungan pada suatu objek wisata. Sebelum melakukan keputusan untuk melakukan perjalanan, seorang wisatawan mempertimbangkan seberapa bagus atau tidaknya citra destinasi pada objek wisata yang wisatawan miliki tentang tempat wisata tersebut. Persepsi yang dimiliki wisatawan tentang tempat wisata tidak selalu selaras dengan keadaan sebenarnya, dan penilaian yang diberikan wisatawan berbeda-beda menurut orang-orang (Setyaningsih dan Murwatiningsih, 2017). Citra destinasi



digambarkan sebagai sekumpulan citra, keyakinan, persepsi, dan pemikiran wisatawan tentang tempat wisata tersebut, yang mencakup berbagai produk dan karakteristik destinasi yang relevan (Lee dan Jeong, 2018). Pengelola destinasi wisata Gunung Bromo harus terus mengkomunikasikan citradestinas yang baik untuk membantu membangun posisi yang kuat diantara destinasi wisata lain di Indonesia dan menciptakan persepsi positif.

Lokasi menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung pada suatu objek wisata. Lokasi berkaitan dengan pemilihan tempat yang cermat untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan pangsa pasar. Preferensi pelanggan dipengaruhi oleh lokasi; semakin strategis lokasinya, semakin cenderung pelanggan membuat keputusan untuk berkunjung ke destinasi tersebut (Rahardi dan Wiliasih, 2016). Lokasi memberikan pengaruh sebagai faktor eksternal dalam preferensi pelanggan (Essa *et al.*, 2019)

Daya tarik wisata ialah segala sesuatu yang menarik dan memberikan pengalaman kepada wisatawan baik secara aktif maupun pasif (Hidayah, 2019:3). Objek wisata Gunung Bromo merupakan objek wisata yang terkenal dengan pemandangan *sunrise* yang indah dan begitu menarik sehingga banyak pengunjung yang datang pada pagi hari hanya untuk melihat pemandangan tersebut dan ingin mengabadikannya dengan foto atau video. Selain itu, objek wisata Gunung Bromo juga memiliki lautan pasir seluas 5,920 hektar atau 10 km² yang membentang mengelilingi Gunung Bromo dan gunung lainnya.

Keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo dapat dijadikan sebagai salah satu faktor yang menentukan keberhasilan pada



destinasi wisata tersebut. Hal ini karena perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan barang atau jasa dalam pemasaran.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rokhayah dan Andriana (2021) menunjukkan bahwa aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruray dan Pratama (2020) menunjukkan bahwa aksesibilitas secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung.

Aldianto dan Sujianto (2023) menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafis (2020) menunjukkan bahwa citra destinasi secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung.

Hardina dan Sudarusman (2021) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sedangkan menurut penelitian Lebu *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Ruray dan Pratama (2020) menunjukkan bahwa daya tarik wisata secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berkunjung.

Sedangkan Penelitian yang dilakukan Rokhayah dan Andriana (2021) menunjukkan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, ditemukan adanya inkonsistensi pada penelitian terdahulu. Adanya hasil penelitian pendahulu dan latar belakang



yang diuraikan diatas, maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana **“Pengaruh Aksesibilitas, Citra Destinasi, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Gunung Bromo”**

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo?
2. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo?
4. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung bromo?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo
2. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo



4. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung wisatawan pada objek wisata Gunung Bromo

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat ini yaitu :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi media untuk menambah informasi bagi pembaca agar dapat menambah wawasan mengenai pengaruh aksesibilitas, harga, lokasi dan daya tarik wisata terhadap kepuasan wisatawan berkunjung pada objek wisata Gunung Bromo. Juga diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, terkhususnya dalam bidang pengembangan dan pengelolaan pada objek wisata alam di Indonesia.

Manfaat praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan ataupun bahan masukan terhadap pengelola objek wisata dalam mengembangkan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan aksesibilitas, harga, lokasi dan daya tarik wisata dengan tujuan mendapatkan kepuasan wisatawan agar meningkatkan kunjungan wisata Gunung Bromo.

