

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis pariwisata sudah berkembang menjadi kontributor yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto global dalam beberapa tahun terakhir. Pariwisata berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, dan pelestarian budaya, dengan potensi di Indonesia yang meliputi alam, budaya, sejarah, dan wisata minat khusus. Keberagaman ini menjadi modal penting untuk menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Kabupaten Majalengka, yang sering disebut “Kota Angin” di Jawa Barat, merupakan salah satu daerah dengan perkembangan sektor pariwisata yang pesat. Letaknya yang strategis, didukung topografi yang bervariasi dari dataran rendah hingga pegunungan, menjadikan Majalengka kaya akan objek wisata. Beberapa destinasi populer di wilayah ini antara lain Terasering Panyaweuyan dengan panorama sawah berundak, Curug Muara Jaya yang menyuguhkan air terjun indah, Situ Cipanten dengan air berwarna kehijauan, Taman Dirgantara yang menampilkan pesawat sebagai ikon, Paralayang Gunung Panten yang menjadi pusat olahraga udara, serta wisata religi seperti Makam Sunan Gunung Jati. Selain destinasi tersebut, terdapat pula Ciboer Pass yang berlokasi di Desa Bantaragung, Kecamatan Sindangwangi. Tempat ini terkenal dengan pemandangan hamparan sawah terasering yang hijau dengan latar Gunung Ciremai, suasana alam yang sejuk, serta fasilitas seperti villa, area spot foto,

dan camping ground. Keunikan lanskap dan fasilitas yang disediakan menjadikan Ciboer Pass sebagai salah satu magnet wisatawan di Majalengka dan menjadi bagian penting dalam pengembangan pariwisata daerah. Keuntungan devisa, penciptaan lapangan kerja, peluang bisnis, serta pembangunan infrastruktur merupakan cara-cara yang dilaksanakan oleh pariwisata agar berkontribusi terhadap kemakmuran ekonomi suatu negara. Tren ini telah dipercepat oleh peningkatan jumlah destinasi dan investasi dalam pengembangan pariwisata. Menurut UNWTO, jumlah wisatawan global diperkirakan mencapai 1,8 miliar pada 2030. Ini merepresentasikan tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 3,3%. Kawasan Asia-Pasifik mempunyai potensi untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi, yaitu 4,9%, dan di beberapa negara, tingkat pertumbuhannya bahkan lebih besar lagi.

Perubahan struktur ekonomi di banyak negara dan meningkatnya pendapatan perorangan mendorong ekspansi industri pariwisata yang cepat dalam skala global. Kepariwisataan kini menjadi kebutuhan dasar global, dengan Indonesia menawarkan berbagai daya tarik seperti alam, flora, fauna, dan warisan sejarah. Kawasan pariwisata adalah wilayah dengan daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling mendukung kegiatan pariwisata, didefinisikan sebagai destinasi wisata dalam UU No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Bab 1, Pasal 1 ayat (6). “Pilihan untuk berwisata pada dasarnya akan ditentukan oleh individu”.

Saat melalui tahap pengambilan keputusan, konsumen cenderung memilih tempat wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka (Elex Sarmigi, 2021: 95). Pada saat yang sama, seorang wisatawan memutuskan untuk pergi ke lokasi tertentu dengan membaca artikel oleh Suratman et al. dalam Tina Rahmadayanti (2020: 129).

Fasilitas ialah salah satu dari beberapa aspek yang dipertimbangkan wisatawan saat mempertimbangkan untuk datang atau tidak. Fasilitas ialah cara fisik untuk memproses masukan menjadi keluaran yang diinginkan, menurut Moekijat dalam Elex Sarmigi (2021:96). Dalam konteks sektor pariwisata, fasilitas dapat dilihat sebagai daya tarik utama bagi calon pengunjung. Menurut Nicklouse dalam Gaby A Perbina Milala (2022:24) tuntutan tamu dapat dipenuhi dengan penyediaan fasilitas, yang meliputi perlengkapan fisik yang memudahkan aktivitas mereka.

Selain itu, pertimbangan biaya. Dalam Elex Sarmigi (2021:95), Swasta dan Sukotjo menyatakan bahwa “harga” ialah jumlah uang (dan, idealnya, beberapa komoditas) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Milala, 2022:24), harga adalah nilai yang dibayarkan pelanggan untuk barang atau jasa sebagai imbalan atas penggunaannya.

Di yakini bahwa menawarkan fasilitas yang lengkap akan menarik banyak orang, yang diharapkan akan senang dengan kunjungan mereka. Tujuan dari penyedia jasa, menurut Kotler dan Armstrong dalam Vebriana Fitria Sagita Sari (2020:725), adalah guna memastikan bahwasanya pelanggan sangat puas

dengan pengalaman mereka. Variabel fasilitas mempengaruhi keputusan pengunjung untuk berkunjung dengan cara yang baik, menurut penelitian Vebriani Fitria Sagita Sari (2020:725).

Adapun pengaruh harga yang memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan berkunjung. Menurut Kotler & Amstrong dalam Gaby A Perbina Br Milala (2022:24). Harga barang ataupun jasa apa pun mencerminkan nilai moneter yang diberikan pembeli sebagai imbalan atas keuntungan dari memiliki atau memanfaatkannya. Vebriana Fitria Sagita Sari (2020:724) menjamin hal ini. Variabel harga secara positif memengaruhi keputusan wisatawan untuk hadir, menurut penelitiannya.

Promosi juga berperan penting dalam memengaruhi keputusan kunjungan, yaitu upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen agar bertindak (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks pariwisata, promosi dapat berupa iklan media sosial, penyebaran brosur, penawaran khusus, serta kerja sama dengan influencer wisata untuk menarik minat calon pengunjung

Kabupaten Majalengka di Jawa Barat adalah tujuan wisata populer di Indonesia, terletak antara 108°03'-108°25' Bujur Timur dan 5°58'-7°44' Lintang Selatan.

Wisata alam, budaya, religi, dan wisata minat khusus berlimpah di Kabupaten Majalengka, yang merupakan rumah bagi berbagai macam tempat wisata berkat topografinya yang bervariasi, yang meliputi perbukitan, pertanian, pegunungan, dan dataran. Berbagai tempat wisata, masing-masing

dengan ciri khas dan daya tariknya sendiri, bermunculan di seluruh penjuru Majalengka dalam beberapa tahun terakhir, yang membuktikan pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata.

Desa Bantar Agung di Kecamatan Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, merupakan rumah bagi Ciboer Pass, salah satunya. Area pertanian bertingkat yang hijau dengan aliran sungai yang jernih di dasarnya membentuk sebagian besar lanskap. Ciboer Pass terletak di sebuah lembah dengan latar belakang puncak tertinggi di Jawa Barat, Ciremai. Ciboer Pass menawarkan ide wisata yang ramah dengan suasana terbuka, pemandangan yang menakjubkan, serta fasilitas yang nyaman.

Berfoto di tempat wisata kini menjadi tren karena memungkinkan wisatawan mengabadikan momen menyenangkan. Di Ciboer Pass, villa yang tersedia tidak hanya berfungsi sebagai penginapan dengan harga tertentu, tetapi juga menjadi spot foto menarik berkat desain bangunan yang modern dan estetik. Wisatawan dapat menikmati suasana alam yang asri di sekitar villa sekaligus mengabadikan pemandangan indah. Selain itu, tersedia *camp ground* sebagai area berkemah yang menawarkan pengalaman beristirahat di dekat pemandangan memukau serta menikmati suara aliran sungai yang menenangkan di sekitarnya. Berikut adalah data kunjungan objek wisata Ciboer Pass selama empat tahun terakhir :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengunjung Objek Wisata Ciboer Pass Kabupaten Majalengka**

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2021	8.237
2	2022	15.120

3	2023	28.105
4	2024	71.685

Sumber (pihak pengelola Ciboer Pass,2024)

Berdasarkan tabel 1.1, pada tahun 2021 total wisatawan sebanyak 8.237 orang, pada Tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah pengunjung 15.120 orang, dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan wisatawan sebanyak 28.105 orang. dan di tahun 2024 mengalami kenaikan jumlah pengunjung yang sangat drastis sebanyak 71.685 orang. Dengan adanya fasilitas unggul yang sudah di paparkan diatas dan data kenaikan jumlah pengunjung wisatawan pihak Ciboer Pass diharapkan dapat tingkatkan kesadaran tentang Ciboer Pass dan dorong lebih banyak pengunjung untuk datang. Fasilitas-fasilitas tersebut di atas tersedia untuk pengunjung Ciboer Pass dengan harga Rp 10.000, (tidak termasuk parkir motor atau mobil). Dengan harga tersebut, pengunjung dapat menikmati pemandangan dan suara dari tempat tersebut. Tidak ada yang diwajibkan untuk membeli makanan atau minuman di tempat wisata Ciboer Pass, pengunjung dipersilakan untuk membawa makanan dan minuman sendiri.

Penelitian Vebriana Fitria Sagita Sari (2020) dan Gaby A. Perbina Milala (2022), menunjukkan fasilitas dan harga memengaruhi keputusan berkunjung, namun studi khusus di Ciboer Pass Majalengka masih terbatas. Dengan meningkatnya pengunjung dan beragam fasilitas, penelitian ini penting untuk menambah bukti empiris mengenai pengaruh fasilitas dan harga tiket terhadap keputusan wisatawan serta memperkaya referensi pariwisata lokal.

Berlandaskan uraian diatas, maka penulis tertarik agar melakukan

penelitian dengan judul “**PENGARUH FASILITAS, HARGA TIKET DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG WISATAWAN (Studi Pada Objek Wisata Ciboer Pass Kabupaten Majalengka)**”.

## **B. Identifikasi dan Perumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah :**

- a. Fasilitas menjadi variabel untuk menilai keputusan kunjungan di Ciboer Pass, yang menyediakan villa, spot foto, dan area camping yang lengkap, terawat, berfungsi baik, serta memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Fasilitas tersebut juga mudah digunakan dan memiliki tingkat keamanan yang terjamin. Dengan kualitas fasilitas yang baik ini, diharapkan tanggapan positif pengunjung dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Ciboer Pass.
- b. Harga tiket yang terjangkau di wisata Ciboer Pass diharapkan dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung
- c. Promosi merupakan salah satu variabel yang digunakan untuk mengetahui keputusan berkunjung wisatawan di Ciboer Pass. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola meliputi penggunaan media sosial, pemasangan spanduk, dan kerja sama dengan influencer lokal. Pesan promosi yang disampaikan mudah dipahami, mampu menarik minat untuk berkunjung, dan banyak diketahui wisatawan melalui media sosial. Media promosi yang digunakan dinilai cukup efektif dalam menyampaikan informasi, serta dilakukan pada waktu yang

tepat, seperti saat musim liburan. Dalam beberapa waktu terakhir, wisatawan juga sering melihat promosi Ciboer Pass. Dengan strategi promosi tersebut, diharapkan tanggapan positif pengunjung dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung.

d. Fasilitas, Harga tiket dan Promosi diharapkan dapat mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Seberapa besar fasilitas berpengaruh terhadap berkunjung wisatawan?
2. Seberapa besar harga tiket berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan?
3. Seberapa besar promosi berpengaruh terhadap berkunjung wisatawan?
4. Seberapa besar fasilitas, harga tiket, dan promosi berpengaruh terhadap berkunjung wisatawan?

## C. Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk:

1. Mengetahui fasilitas terhadap keputusan kunjungan wisatawan.
2. Mengetahui harga tiket terhadap keputusan kunjungan wisatawan.
3. Mengetahui promosi terhadap keputusan kunjungan wisatawan
4. Mengetahui fasilitas, harga tiket, dan promosi terhadap keputusan kunjungan wisatawan

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk lembaga pendidikan, Dalam konteks teori, peneliti berharap agar penelitian ini dapat menghasilkan ilmu dan pengetahuan baru, serta memperluas wawasan dan informasi mengenai Fasilitas, Harga tiket, Promosi dan keputusan berkunjung wisatawan, khususnya pada objek wisata ciboer pass kabupaten majalengka.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Diharapkan dapat menjadi suatu sarana pendukung untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya terkait pengaruh fasilitas , Harga tiket, Promosi dan keputusan berkunjung wisatawan terhadap Objek Wisata Ciboer Pass.

#### **b. Bagi perusahaan**

Diharapkan sebagai bahan pertimbangan serta masukan bagi pihak manajemen perusahaan khususnya Objek Wisata Ciboer Pass Majalengka Jawa Barat dalam melakukan pemasaran fasilitas,harga tiket,promosi dan keputusan berkunjung wisatawan.