BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata saat ini sudah menjadi dari bagian kehidupan masyarakat yang sangat penting pada zaman sekarang, di masa kesibukan dan kepadatan aktivitas masyarakat saat ini, dimana masyarakat kota yang mempunyai kegiatan di hari-harinya dengan dipenuhi oleh kesibukan dan hiruk pikuk kota yang tiada hentinya, aktivitas yang terus dilakukan setiap harinya dimulai dari matahari terbit hingga matahari terbenam, dimana tekanan dari kegiatan yang dilakukan dari lingkungan sekitar bahkan orang-orang terdekat dapat menyebabkan adanya masalah-masalah yang timbul didalam diri dan tekanan tersendiri bagi masyarakat, dimana tekanan tersebut baik tekanan yang dialami secara fisik sehingga dapat menyerang mental kepribadian. fenomena tersebut dapat menyebabkan seolah-olah manusia ada hanya untuk sedemikian rupa dan untuk mencapai suatu tujuan yaitu bekerja dan dapat memperoleh uang sendiri. Hal itu yang dapat menyebabkan manusia zaman ini membutuhkan sebuah kegiatan atau aktivitas yang dapat meredakan perasaan tersebut yaitu berwisata dimana kegiatan itu menghasilkan suatu keseimbangan dalam hidup seseorang. Diketahui Pariwisata sendiri telah menjadi suatu hal pelengkap yang tanpa adanya pariwisata maka hal tersebut terasa kurang lengkap.

Pariwisata telah mempunyai sebuah putaran kehidupan di sekelilingnya yang dapat membantu dan melengkapi satu sama lain, seperti akomodasi hotel, resort, villa. lalu transportasi darat, mobil, bus, kereta api. serta transportasi udara; pesawat, hingga transportasi laut; kapal, lalu ditemukan sumber daya masyarakat (SDM) yang diketahui sangat berperan penting dalam aktivitas berwisata, dengan berpariwisata bisa menjadi sebuah lapangan kerja baru yang luas dan dapat meningkatkan industri di bidang sektor pariwisata yang sudah ada di daerah bahkan di pelosok Indonesia, sehingga dapat membantu perekonomian para bagi masyarakat tersebut. Setelah itu, dengan adanya sebuah industri pariwisata bisa

mengembangkan sumber daya masyarakat dengan cara meningkatkan kesejahteraan hingga kesetaraan hidup masyarakat yang tinggal disekitar destinasi wisata maupun yang tinggal jauh di destinasi tersebut sehingga bisa menjadi pelaku serta pengelola pariwisata di industri pariwisata. Setelah itu, pariwisata tidak hanya dapat memberikan keuntungan untuk masyarakat saja, dengan sektor pariwisata dapat menjadi untuk promosi bagi wisata-wisata yang ada di Indonesia untuk memperkenalkan ke Internasional bahwa Indonesia mempunyai wisata-wisata yang indah dan menakjubkan dari daerah-daerah yang ada di Indonesia, karena cara tersebut tidak hanya sebuah kegiatan berpariwisata saja, disamping itu juga kegiatan ini akan memperkenalkan kebudayaan, ciri khas, maupun keunikan dari destinasi yang bersangkutan hingga memperkenalkan Indonesia ke mancanegara. Hal ini telah mempengaruhi banyak kesadaran dari berbagai golongan dari masyarakat hingga pihak *stakeholders*, baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta hingga pengusaha yang mengetahui jika dengan cara memperkenalkan sebuah wisata mereka maka dapat membantu pembangunan daerah hingga Negara. Disamping hal tersebut kita dapat melihat di dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

Merujuk dari penelitian terdahulu dalam (Silaen & Prabawani, 2019) bahwa Kemudahan Menggunakan merupakan dimana seseorang dengan mudah menggunakan teknologi yang ada yang memudahkan suatu aktivitas yang akan dijalankan di setiap harinya. Sedangkan Persepsi dalam penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh (Arianty, 2016) “keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengatasi permasalah-permasalahan yang terjadi dan harus dihadapi atau merupakan langkah-langkah yang diambil untuk dapat mencapai tujuan dengan secepat mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin”. Dua hal ini sangat lah keterkaitan untu merajuk kedepannya pengembangan Pariwisata Indonesia, yang akan menyesuaikan dengan teknologi yang ada dan terbaru.

Dalam semua rujukan yang di tulis di atas bahwasanya penulis menyimpulkan dalam sebuah Tugas Akhir atau skripsi yang

berjudul **”PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DALAM PEMBELIAN TIKET ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET WISATA DI GUNUNG GEDE KABUPATEN CIANJUR”(STUDI KASUS PENDAKIAN JALUR CIBODAS)”** Dengan Variabel X1 yaitu Pengaruh persepsi sedangkan Y yaitu Keputusan Pembelian.

Dilihat dari keuntungan sektor pariwisata itu sendiri, pemerintah Kota Cianjur telah menjadi daerah di Indonesia yang melestarikan kebudayaannya secara maksimal melalui wisata-wisata yang telah ditawarkan oleh kota Cianjur di Indonesia ini. Dimana diketahui kota Cianjur bahwa kota tersebut dipenuhi dengan wisata-wisata alam yang indah serta budaya dan Persepsi Kemudahan yang beragam yang dapat menarik wisatawan untuk melakukan kegiatan berwisata. Walaupun saat ini Kota Cianjur sudah ramai pengunjung setiap harinya Kota Cianjur tersebut tidak pernah kehabisan cara untuk menarik wisatawan untuk berkunjung di daerahnya.

Di dalam penelitian ini penulis ingin membahas mengenai wisata Gunung Gede yang mempunyai lokasi di Cianjur, Jawa Barat. Diketahui bahwa wisata Gunung saat ini sangat diminati wisatawan, karena sensasi dan pengalaman yang didapatkan sangatlah berkesan bagi pengunjung Gunung Gede, dimana Gunung Gede sangatlah banyak peminatnya karena letak Gunung tersebut tidak jauh dari pusat kota Jakarta dan dapat ditempuh menggunakan berbagai macam kendaraan untuk bisa sampai di *basecamp* pendakian. Akses yang dimiliki untuk sampai di *basecamp* pendakian juga terbilang mudah dan tidak sulit ditemukan oleh para pengunjung dan wisatawan. Sehingga wisata tersebut dapat digolongkan wisata yang mudah dijangkau dan dinikmati oleh wisatawan.

Tabel 1.1

Harga tiket masuk Gunung Gede

Keterangan	Harga
HTM 1 orang (weekdays)	Rp.30.000
HTM 1 orang (weekends)	Rp.34.000
HTM 1 orang WNA (weekdays)	Rp.320.000
HTM 1 orang WNA (weekends)	RP.470.000
Parkir motor	Rp.5.000
Parkir Mobil	Rp.10.000

Sumber : Data primer

Untuk dapat berwisata di Gunung Gede ini, pengunjung harus memesan tiket melalui metode online dengan memesan via website Gunung Gede di https://www.gedepangrango.org/booking/, cara pemesanannya dengan mengisi data diri lalu melakukan pembayaran via transfer melalui bank ataupun metode pembayaran online lainnya. Dengan metode ini timbul pertanyaan mengenai kemudahan dalam menggunakan metode tersebut, karena dengan metode ini pengunjung harus mengantri dan bergantung pada kemaksimalan wadah untuk membeli tiket kunjungan ke Gunung Gede hal tersebut menimbulkan dampak positif dan negatif terhadap kebijakan tersebut, sejak diberlakukannya metode online dalam pemesanan tiket pendakian Gunung Gede, dengan tingkat pengunjung yang tinggi pada wisata Gunung Gede mempengaruhi dampak dari pemaksimalan website Gunung Gede tersebut. Di tambah tingkat pengetahuan masyarakat mengenai digital masih sangat minim di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan dalam pembelian tiket online berpengaruh negatif pada keputusan pembelian tiket wisata di Gunung Gede?
2. Apakah persepsi kemudahan dalam pembelian tiket online berpengaruh positif pada keputusan pembelian tiket wisata di Gunung Gede?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah guna menganalisis pengaruh yang terjadi pada variabel persepsi kemudahan(X) terhadap keputusan pembelian(Y) pada gunung gede kabupaten Cianjur

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

   Bagi Universitas selaku lembaga pendidikan semoga penelitian ini dapat menjadi informasi baru bagi Prodi Pariwisata di Universitas Nasional dan sebagai bahan rujukan bagi penelitian berikutnya di bidang penulisan sejenis, khususnya dalam penelitian mengenai kemudahan penggunaan dan minat berkunjung.
2. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi dan manfaat bagi para pelaku destinasi wisata di Indonesia.
3. Bagi Pengelola Gunung Gede

   Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan minat kunjungan yang ada di objek wisata Gunung Gede melalui pemasaran pembelian tiket online