

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis pariwisata berdampak positif bagi pelaku usaha. Dengan meningkatnya pendapatan negara, kesempatan usaha, lapangan kerja baru dan keuntungan pemerintah serta masyarakat. Sektor pariwisata juga meningkatkan perekonomian masyarakat dalam usaha jasa, industri ataupun makanan. Keberadaan objek dan daya tarik wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung untuk mengunjungi daerah tujuan. Wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki objek wisata tersebut (Devy dan Soemanto, 2017).

Perkembangan industri pariwisata merupakan fenomena yang menarik, meskipun industri pariwisata juga merupakan sektor yang sensitif terhadap perubahan yang terjadi secara eksternal maupun internal. Perubahan yang terjadi tersebut akan mempengaruhi jumlah dan keputusan pembelian. Oleh karena itu para pelaku bisnis yang bergerak pada industri pariwisata melakukan persaingan usaha dengan cara berbeda-beda agar dapat menarik minat konsumen. Ciri khas dari setiap tempat wisata pastinya berbeda-beda dengan tempat wisata lainnya.

Salah satu kawasan yang memiliki tema mengenai “pedesaan” dengan dikelilingi oleh persawahan, tetapi dengan konsep yang modern untuk menarik minat pengunjung adalah Kampung Ceria Pule bertempat di Desa Pule Kabupaten Madiun Jawa Timur. Letak demografis Desa Pule di pinggir persawahan dengan tingkat ketersediaan lahan yang mumpuni untuk tempat destinasi wisata. Wisata Kampung Ceria Pule ini berfokus pada wahana untuk bersantai untuk anak kecil sampai dengan orang tua. Kampung Ceria Pule juga menyediakan fasilitas seperti: kolam renang, taman, fasilitas olahraga, dan gazebo untuk bersantai. Penambahan terbarunya adalah resto yang berada di persawahan dengan konsep gazebo tradisional. Resto tersebut menyediakan menu makanan tradisional yang bisa dinikmati konsumen yang berkunjung ke Kampung Ceria Pule.

Kondisi Kampung Ceria Pule pada masa pandemi *Covid-19*, sebelum adanya *new normal* sementara waktu ditutup. Dengan ditutupnya wisata tersebut terdapat penurunan omset pada kolam renangnya, maka pelaku Badan Usaha Milik Desa mengambil alih untuk membuat resto yang bernuansa keindahan alam desa yang asri dengan bangunan saung beratapkan alang-alang. Dengan adanya dukungan dari *endorsement* dan juga promosi di media sosial dapat menarik minat calon konsumen untuk berkunjung di Kampung Ceria Pule, maka Kampung Ceria Pule mulai ramai dikunjungi oleh konsumen dan pemasukan omset yang mulai naik. Cara menghindari penularan *Covid-19* pengunjung yang datang diwajibkan menerapkan protokol kesehatan yang ketat dan pengelola Kampung Ceria Pule menyediakan fasilitas seperti: tempat cuci tangan, thermogun, petugas menggunakan *face shield* dan juga masker.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan 3 aspek yang mungkin dibutuhkan pada objek destinasi wisata Kampung Ceria Pule. Aspek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: harga, promosi dan lokasi. Alasan peneliti menggunakan 3 aspek tersebut dikarenakan destinasi wisata Kampung Ceria Pule membutuhkan aspek tersebut untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada destinasi wisata Kampung Ceria Pule.

Harga dalam penelitian ini adalah terkait dengan sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan (Kotler dan Armstrong, 2012:62). Harga sangat berhubungan dengan pendapatan perusahaan, tetapi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perlu menggunakan strategi penetapan harga agar mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulistia (2020) yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung di Pantai Air Manis Padang. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya harga mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli oleh konsumen dan keputusan pembelian akan menurun apabila harga jasa mahal, maka semakin sedikit jumlah

permintaan atas produk jasa yang bersangkutan dari destinasi wisata Kampung Ceria Pule.

Variabel selanjutnya adalah promosi, menurut Kotler dan Armstrong (2012:62) promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulistia (2020) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung di Pantai Air Manis Padang. Kegiatan dalam promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi perusahaan dengan konsumen, melainkan untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:178) pengembangan promosi harus bisa memberikan perhatian (*attention*), menarik (*interest*), membangkitkan keinginan (*desire*) dan menghasilkan tindakan (*action*) agar masyarakat membeli dan menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan oleh destinasi wisata Kampung Ceria Pule

Selain harga dan promosi, lokasi merupakan tempat yang digunakan untuk proses penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Kotler dan Armstrong, 2012:62). Perusahaan harus berusaha menentukan suatu lokasi strategis yang mempunyai potensi untuk meningkatkan keputusan berkunjung pada destinasi wisata Kampung Ceria Pule. Tentunya lokasi ini merupakan lokasi yang sangat strategis untuk menjual jasa. Lokasi dari suatu usaha akan menarik lebih banyak konsumen dan membantu menambah jumlah penjualan jasa serta harus melihat potensi pasar dan sifat dari jasa itu sendiri. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulistia (2020) yang menemukan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan wisatawan untuk berkunjung di Pantai Air Manis Padang. Maka hal ini berarti bahwa dalam menghadapi persaingan usaha dan upaya memenuhi keinginan konsumen agar terciptanya keputusan pembelian, maka destinasi wisata Kampung Ceria Pule memiliki strategi dalam menarik minat konsumen untuk berkunjung. Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah pengunjung yang datang. Strategi

yang digunakan itu meliputi harga tiket masuk yang lebih murah dibanding pesaingnya, promosi yang menarik, lokasi yang strategis dan nyaman dengan mengangkat konsep pedesaan akan mempengaruhi keputusan berkunjung untuk datang ke destinasi wisata Kampung Ceria Pule Kabupaten Madiun.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah tersebut maka dapat diajukan penelitian ini dengan judul **Pengaruh Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Destinasi Wisata (Studi kasus Kampung Ceria Pule Kabupaten Madiun).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut ini.

1. Apakah variabel harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun?
2. Apakah variabel promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun?
3. Apakah variabel lokasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut ini :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun.
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif promosi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun.
3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif lokasi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi kampung ceria pule di Kabupaten Madiun.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut ini :

1. Implikasi Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya ilmu manajemen pemasaran mengenai bauran pemasaran yang terdiri dari harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun.

2. Implikasi praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada destinasi kampung wisata ceria pule agar mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan berkunjung pada destinasi wisata kampung ceria pule di Kabupaten Madiun.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan tata urutan dalam penyusunan penelitian. Adapun sistematikanya sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan sistematika Penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bab ini menguraikan Kajian Teori, Konsep, Penelitian Sebelumnya yang relevan, hipotesis yang di kembangkan melalui penelitian terdahulu sebagai acuan dan kerangka konseptual.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang desain penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menggunakan tentang gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi objek penelitian, analisis data dan pembahasan berupa hasil pengelolaan data menggunakan SPSS untuk menjelaskannya.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam penelitian ini berbasis tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.