

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan bagi sejumlah negara, terlebih bagi negara berkembang seperti Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang luas dengan daya tarik wisata yang cukup besar, banyaknya keindahan alam, aneka warisan sejarah budaya, dan kehidupan masyarakat. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu penunjang perekonomian yang memiliki prospek yang cerah, tetapi hingga dewasa ini belum memperlihatkan peranan yang sesuai dengan harapan dalam proses pembangunan di Indonesia.

Dengan diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004, UU No.33 Tahun 2004 yang memberikan kewenangan lebih luas pada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya, membawa implikasi semakin besarnya tanggung jawab dan tuntutan untuk menggali dan mengembangkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki daerah dalam rangka menopang perjalanan pembangunan di daerah.

Pengembangan pariwisata seperti layaknya pengembangan usaha lain, membutuhkan tuntutan untuk mempertimbangkan selera pasar yang potensial. Produk-produk yang berorientasi pasar (*Customer Oriented*) dengan mempertimbangkan daya dukung sumberdaya dan lingkungan yang optimal akan mampu mencapai *consumer* dan kualitas produk yang

proposional serta mampu memberikan kontribusi pendapatan yang maksimal. Oleh karena itu, dalam pengembangan pariwisata sangat penting untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas. Hasil pembangunan di sektor pariwisata dari segi ekonomi dapat dikatakan telah menunjukkan hasil nyata meskipun belum secara maksimal, yang dapat dilihat dari aspek penerimaan devisa negara, lapangan kerja dan kesempatan berusaha, dan kemajuan pembangunan sarana dan prasarana di daerah (Pendit, 2002).

Pariwisata sebagai industri ini agar dapat menjadi andalan dalam perekonomian suatu daerah, maka diperlukan perencanaan dan penggarapan yang matang. Agar perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Dalam pemasaran biasanya dihadapkan kepada masalah bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Bauran pemasaran adalah sejumlah alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menyakinkan obyek pemasaran atau target pasar yang dituju (Phillip Kotler, 2009).

Produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diambil, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Dilihat dari segi harga, harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan

oleh pembeli atau penjual (melalui tawar menawar) atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli (Kotler, 2009).

Strategi distribusi merupakan strategi untuk menentukan tempat yang tepat guna mendistribusikan atau menyalurkan produk ke wisatawan. Saluran distribusi diperlukan untuk mempermudah pasar (wisatawan) yang pada umumnya terletak berjauhan dari destinasi dalam mendapatkan informasi tentang produk. Sedang strategi promosi dapat dilakukan menggunakan lima cara, yaitu dengan mengiklankan produk di beberapa media, penjualan secara personal, melakukan promosi penjualan, menciptakan citra positif melalui kegiatan-kegiatan kehumasan dan pemasaran langsung pada wisatawan (Purnama, 2002).

Kabupaten Jepara terletak di pantura timur Jawa Tengah yang bagian barat dan utaranya dibatasi oleh laut. Bagian timur wilayah kabupaten ini merupakan daerah pegunungan. Kabupaten Jepara selain terkenal dengan kota ukir, juga mempunyai keindahan alam yang amat elok terutama dengan keindahan alam laut pantai maupun alamnya. Sebagai kota kecil di Jawa Tengah kota Jepara memiliki tempat wisata yang cukup banyak. Sebenarnya ada banyak tempat pariwisata di Kabupaten Jepara, yang terkenal di mancanegara atau turis lokal adalah wisata pantainya, alam, budaya dan sejarahnya, karena Kabupaten Jepara dekat dengan laut dan gunung salah satu wisata yang sering di kunjungi adalah Karimun Jawa, Benteng Protugis, Museum Kartini, Pantai Bandengan,

Pantai Kartini, Air Terjun Songgo Langit dan masih banyak lagi wisata-wisata yang menarik lainnya. Salah satunya Akar Seribu yang terletak di Desa Plajan Kecamatan Pakis Aji Jepara. (<http://id.wikipedia.org>. Parwisata Jepara.)

Desa Plajan berada disebelah timur Ibu Kota Kabupaten Jepara yang merupakan salah satu desa di Kecamatan Pakis Aji dengan jarak tempuh ke Kecamatan kurang lebih 5 KM dan ke Ibu Kota Kabupaten kurang lebih 22 KM dapat ditempuh dengan kendaraan kurang lebih 30 menit, letak pusat pemerintah. Meskipun letaknya jauh dari pusat perkotaan namun Desa Plajan termasuk desa yang menjadi destinasi tujuan berwisata hal tersebut di karenakan Desa Plajan memiliki obyek wisata alam dan wisata buatan sebagai berikut: Goa Sakti, Kedung Gong, Balai Romo, Keramat, Makam Bunawi, Belik sumur, Belik Pengantin, Sendang Winengku, Akar Seribu, Grenjengan, Gong Perdamaian Dunia. (<http://id.wikipedia.org>. Desa Plajan_Jepara.)

Pariwisata akar Seribu Desa Plajan sebenarnya menyimpan begitu banyak keunikan yang bisa dinikmati alamnya untuk dikunjungi. Rata-rata pengunjung bertambah banyak karena mereka tertarik untuk berwisata di Akar Seribu di dukung oleh data sebagai berikut:

Tabel. 1
Data pengunjung di Akar Seribu

	2014	2015	2016
Januari	1.488	1.218	3.922
Februari	695	1.486	1.706
Maret	877	1.248	1.661
April	847	1.140	1.618
Mei	1.667	1.994	1.428
Juni	1.456	1.460	1.390
Juli	4.690	4.246	8.261
Agustus	1.385	1.648	1.841
September	1.334	1.326	2.597
Oktober	1.325	1.450	1.046
November	908	1.385	1.441
Desember	1.632	1.691	4.695
JUMLAH	18.304	20.292	31.606

Sumber : Mbak Umaroh bagain tiket wisata Akar Seribu (2016).

Berdasarkan data tiga tahun terakhir bawa dari tahun ke tahun ada kenaikan pengunjung Akar Seribu dari tahun 2013-2016, jumlah pengunjung di Akar Seribu pada tahun 2014 berjumlah 18.304 pengunjung, sedangkan di tahun 2015 jumlah pengunjung bertambah menjadi 20.292 pengunjung, di tahun berikutnya tahun 2016 jumlah pengunjung bertambah menjadi 31.606 pengunjung.

Pemerintah setempat guna menarik wisatawan untuk lebih banyak lagi berwisata di Akar Seribu misalnya ada perbaikan prasarana penunjang diantaranya penataan lokasi wisata agar pengunjung tidak bosan, dan wisata Akar Seribu sudah diakui oleh pemerintah Kabupaten Jepara

sebagai salah satu destinasi wisata. Sayangnya, ketika wisatawan ingin berkunjung, ke Akar Seribu belum ada jadwal atraksi kebudayaan atau kesenian tradisional di tempat-tempat tersebut. Setidaknya, ada suguhan bagi mereka yang berkunjung. Selain itu, perlu dilakukan promosi pariwisata yang intensif oleh pemerintah setempat untuk memperkenalkan atau memudahkan calon wisatawan mendapatkan informasi yang mereka inginkan sebelum melakukan kunjungan wisata, khususnya ke wahana wisata Akar Seribu, Desa Plajan Kabupaten Jepara dianggap memiliki potensi yang tinggi “greget” seperti desa desa lain yang ada di Kabupaten Jepara yang kini berlomba-lomba mempromosikan daerah mereka sebagai tujuan wisata.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan wisatawan, selain itu diharapkan penelitian ini mampu menjadi pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran agar dapat meningkatkan pengunjung ke obyek wisata akar seribu Desa Plajan Kabupaten Jepara.

1.2. Ruang Lingkup

Karena sangat luasnya permasalahan yang berkaitan dengan keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata Akar Seribu Desa Plajan di Kabupaten Jepara, maka untuk menyederhanakan masalah, dalam penelitian ini masalah dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif.
2. Objek penelitian ini adalah Akar Seribu Desa Plajan.

3. Variabel yang diteliti adalah bauran pemasaran dalam bidang jasa yaitu 7P (produk, tempat, harga, promosi, orang, proses dan bentuk fisik) dan keputusan berwisata.
4. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung obyek wisata akar seribu Desa Plajan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, dimana wisatawan yang berkunjung ke Akar Seribu pada tahun ketahun mengalami peningkatan, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh implementasi bauran pemasaran jasa (produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, bentuk fisik) terhadap keputusan wisatawan berkunjung di obyek wisata Akar Seribu Desa Plajan di Kabupaten Jepara.

1.4. Tujuan Penelitian

Terkait dengan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan penelitian ini yaitu: Untuk menganalisis pengaruh implementasi bauran pemasaran jasa (produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, bentuk fisik) terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke obyek wisata Akar Seribu Desa Plajan di Kabupaten Jepara.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan khususnya bagi penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwisata di Akar Seribu. Dan melengkapi hasil-hasil penelitian sebelumnya mengenai keputusan berwisata sehingga dapat dijadikan salah satu referensi untuk kalangan akademisi serta referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengadakan penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan pengambilan kebijakan strategi yang akan datang dalam mengefektifkan dalam pembelajaran manajemen pemasaran dibidang bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan gambaran secara garis besar isi penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagian awal skripsi meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstraksi, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi mengenai landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini berisi tentang variabel penelitian, jenis dan sumberdata, populasi, sampel dan teori pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum obyek penelitian, deskripsi responden, deskripsi variabel, analisis data dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran