

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia pariwisata Indonesia saat ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini dilihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang datang dari waktu ke waktu baik domestik maupun luar kota. Ditingkat daerah sektor pariwisata diharapkan dapat membantu dalam menunjang pendapatan daerah, yang nantinya bisa digunakan untuk mengembangkan potensi daerah yang lain dan dapat meningkatkan pembangunan daerah yang lebih baik. Hal tersebut juga menjadi prioritas Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto yang mana sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan bauran pemasaran. Menurut Kotler and Armstrong (2008) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendal yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Mengemukakan bahwa pendekatan pemasaran 4P yaitu produk, harga, tempat atau lokasi dan promosi sering berhasil untuk barang, tetapi menurut Lupiyoadi (2001), dalam pemasaran jasa ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk keperluan komunikasi dengan konsumen jasa, elemen-elemen tersebut adalah: orang (*people or personal traits*), lingkungan fisik dimana (*process*). Yazid (2009) menegaskan bahwa marketing mix untuk jasa terdiri dari 7P, yakni: produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

Sektor kepariwisataan dalam sebuah wilayah mempunyai peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendorong pemerataan pembangunan nasional, dan memberikan kontribusi dalam penerimaan devisa negara yang dihasilkan dari jumlah kunjungan wisatawan Domestik,

serta berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Wisata Parimas Waterpark salah satu wahana wisata yang tidak hanya menyediakan kolam renang ada outbound, serta permainan anak-anak wahana wisata pemandian Parimas dikelola oleh 3 orang (yaitu, Direktur perusahaan, manajer perusahaan, dan karyawan wisata setempat). Serta dukungan dari masyarakat. Sektor ini merupakan sektor andalan yang nantinya diharapkan mampu mendukung perkembangan pembangunan daerah dengan cara usaha ekonomi daerah terpadu/multisektor, serta pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Untuk menciptakan kondisi objek dan daya tarik wisata ideal yang mampu melayani berbagai kepentingan, antara lain: masyarakat, swasta dan pemerintah, diperlukan usaha penataan dan pengembangan secara optimal sesuai dengan daya dukung, daya tampung dan daya tarik wisatawan. Dalam hal pemasaran, produsen biasanya dihadapkan kepada masalah bauran pemasaran. Wahana wisata Parimas Waterpark sudah dikelola secara professional.

Menurut Tjiptono (2005), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Para pemasar telah mengenal empat komponen dasar atau unsure-unsur dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi atau yang biasa disebut dengan 4P (Product, Price, Promotion, and Place). Dalam pemasaran jasa, ada elemen-elemen lain yang bias dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk keperluan komunikasi dengan konsumen jasa. Menurut Booms dan Britner dalam (Lupiyadi, 2001) elemen-elemen tersebut adalah: orang (*people*), lingkungan fisik dimana jasa diberikan atau bukti fisik (*physical evidence*), dan proses jasa itu sendiri (*process*). Dengan demikian 4P yang pada mulanya menjadi

bauran pemasaran barang, perlu diperluas menjadi 7P jika ingin digunakan dalam pemasaran jasa.

Bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non-migas yang dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian negara.

Pembangunan kepariwisataan menurut UU No. 9 Tahun 2010 tentang kepariwisataan, bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi; meningkatkan kesejahteraan rakyat; menghapus kemiskinan; mengatasi pengangguran; melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Wisata Parimas Waterpark merupakan salah satu objek wisata di Mojokerto, Jawa Timur yang mudah dijangkau serta dekat dengan kota-kota besar di Jawa Timur. Kelebihan lain dari objek wisata pemandian Parimas Waterpark ini adalah tata letak yang berada di tengah-tengah sawah warga setempat, pemandangan dari gunung penanggungan dan welirang yang terlihat lebih dekat.

Pengembangan kepariwisataan dan kebudayaan di Kabupaten Mojokerto memiliki arti yang sangat penting dan strategis. Hal itu dikarenakan sektor ini merupakan sektor andalan yang nantinya diharapkan mampu mendukung perkembangan pembangunan daerah dengan cara usaha ekonomi daerah terpadu, serta pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam hal pemasaran, produsen biasanya dihadapkan kepada masalah bauran pemasaran. Menurut Tjiptono (2005), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi.

Dalam pemasaran jasa ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan bisa dikombinasikan untuk keperluan komunikasi dengan konsumen jasa. Menurut Booms dan Bitner dalam (Lupiyadi, 2001) elemen-elemen tersebut adalah : orang, lingkungan fisik dimana jasa diberikan atau bukti fisik, dan proses jasa itu sendiri. Dengan demikian 4P yang pada mulanya menjadi bauran pemasaran barang, perlu diperluas menjadi 7P jika ingin digunakan dalam pemasaran jasa.

Tiket masuk di Wisata Parimas Waterpark relatif dan terjangkau, untuk tarif masuk tiket dewasa Rp 30.000 dan untuk anak-anak dikenai retribusi sebesar Rp 15.000 dan kita dapat menikmati keindahan alam yang sangat indah. Penduduk sekitar banyak yang menggunakan lahan-lahan kosong disekitar wisata untuk mendirikan warung makan, Terdapat juga restoran serta puluhan warung tradisional yang berjajar dipinggir jalan menyajikan makanan dan minuman hangat, sangat cocok untuk memenuhi lapar selepas berendam dan bermain berjam-jam di WisataParimas Waterpark.

Oleh karena itu, peneliti mencoba meneliti ulang menggunakan tema analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke wisata Pemandian Parimas Waterpark Pacet. Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN BERKUNJUNG KE WISATA PARIMAS WATERPARK PACET.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Wisata Parimas Waterpark Pacet ?.

### **C. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Wisata Parimas Waterpark Pacet. Tujuan penelitian tersebut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen berkunjung ke Wisata Parimas Waterpark Pacet.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya tujuan penelitian di atas, adapun manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini sebagai berikut :

#### 1. Bagi penulis

Hasil peneltian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan secara langsung di dalam sekolah yang diteliti dan menambah pengetahuan pengalaman yang diterapkan di Wisata Parimas waterpark Pacet.

#### 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dan instansi terkait. Terutama dalam bidang pemasaran.

#### 3. Bagi universitas

Diharapkan peneliti yang mengambil pembahasan atau topik yang sama dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

#### **4. Batasan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas, telah tergambar dimensi permasalahan yang sangat luas. Karena adanya keterbatasan waktu, kemampuan serta biaya, maka peneliti telah membuat batasan masalah dalam penelitian ini secara lebih terfokus. Pada akhirnya penelitian ini dibatasi pada permasalahan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Wisata Parimas Waterpark Pacet. Dengan menggunakan faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor tempat, faktor orang, faktor proses, faktor bukti fisik dan keputusan konsumen berkunjung ke Wisata Parimas Waterpark Pacet.