

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia memiliki sektor pariwisata yang signifikan dalam menyumbangkan devisa. Pentingnya mengembangkan potensi kawasan wisata secara optimal untuk menjadikannya daya tarik bagi pengunjung menjadi hal yang menonjol. Dengan tingkat kunjungan yang tinggi, dampak positifnya tidak hanya dirasakan oleh negara, melainkan juga masyarakat lokal dalam berbagai aspek seperti ekonomi, sosial, dan budaya. Keberhasilan perkembangan suatu kawasan wisata sangat dipengaruhi oleh pilihan wisatawan saat memutuskan untuk mengunjungi, yang berperan krusial dalam menentukan seberapa sering suatu kawasan wisata dikunjungi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), strategi pemasaran merupakan pendekatan pemasaran di mana perusahaan berupaya menciptakan nilai bagi pelanggan dan mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan. Ini melibatkan perencanaan awal kegiatan pemasaran dengan tujuan mendorong minat beli konsumen melalui penawaran produk. Lebih dari itu, strategi ini bertujuan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan memberikan manfaat yang berharga bagi mereka. Selain itu, strategi ritel juga dapat diterapkan melalui penerapan bauran pemasaran, yang berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan di pasar. Oleh karena itu, bauran pemasaran

dianggap sebagai alat yang mengindikasikan tingkat kesuksesan dalam upaya pemasaran.

Bauran Pemasaran (Marketing Mix) menurut Kotler dan Amstrong (2015) diartikan sebagai: "Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis yang digabungkan oleh perusahaan untuk menciptakan respons yang diinginkan di pasar target." Jerome McCarthy dalam Kotler dan Keller (2016) membagi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) menjadi 7 bagian yang dikenal dengan istilah "empat P pemasaran" yaitu: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). Selain itu, terdapat tiga elemen tambahan yang disebut "tiga P tambahan" yaitu: fasilitas (fasilitas), people (orang), dan process (proses). Elemen produk merujuk pada barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, yang harus ditentukan sebelum memulai usaha. Penentuan harga harus mempertimbangkan berbagai aspek. Tempat mencakup sarana di mana produk dipasarkan dan ditampilkan kepada konsumen. Orang melibatkan individu yang terlibat dalam proses pemasaran. Proses adalah langkah-langkah dan prosedur yang digunakan untuk menyediakan produk atau jasa.

Menurut Kotler (2003:202), ada empat faktor yang memiliki pengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam memilih suatu kawasan wisata. Faktor-faktor tersebut adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Selanjutnya, Kotler (2005:211) mengungkapkan bahwa keputusan wisatawan juga dipengaruhi oleh variabel pribadi seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi

ekonomi, tingkat pendapatan, dan gaya hidup. Faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, proses pembelajaran, keyakinan, dan sikap juga memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi keputusan wisatawan (Kotler, 2005:213).

Indonesia memiliki beragam destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk ditingkatkan, memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Salah satu contoh yang menonjol adalah Kabupaten Mojokerto di Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki potensi wisata alam dan budaya yang kaya. Keindahan alam yang memesona, suasana yang tenang, serta keramahan penduduk telah menjadikan Kabupaten Mojokerto sebagai tujuan wisata yang menggoda bagi para pengunjung.

Indonesia memiliki beragam destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk ditingkatkan, memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Salah satu contoh yang menonjol adalah Kabupaten Mojokerto di Provinsi Jawa Timur. Daerah ini memiliki potensi wisata alam dan budaya yang kaya. Keindahan alam yang memesona, suasana yang tenang, serta keramahan penduduk telah menjadikan Kabupaten Mojokerto sebagai tujuan wisata yang menggoda bagi para pengunjung.

Proses pengambilan keputusan oleh wisatawan tidak berakhir saat kunjungan mereka, tetapi terus berlanjut menjadi pengalaman yang membentuk persepsi terhadap produk atau layanan yang telah dibeli. Pengalaman ini memiliki dampak besar terhadap keputusan wisatawan untuk memilih destinasi di masa yang akan datang (Ma'ruf, 2005:14). Kepuasan wisatawan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat

untuk kembali berkunjung, karena ketika wisatawan merasa puas dengan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pengelola, mereka cenderung akan memilih untuk mengunjungi kawasan tersebut kembali.

Bukit Kayu Putih memukau dengan panorama alamnya yang menawan, dengan tiga puncak gunung Jawa Timur yang membangun latar belakang indah: Gunung Penanggungan di Mojokerto, Gunung Welirang di Blitar, dan Gunung Arjuno di Pasuruan. Kawasan ini dirancang sebagai taman hijau yang menyegarkan pandangan mata. Tak hanya itu, Bukit Kayu Putih juga menghadirkan kafe modern yang menarik perhatian khususnya dari kalangan milenial. Pengunjung pun memiliki kesempatan untuk memahami proses produksi minyak kayu putih, bahan baku khas dari area ini.

Untuk mengoptimalkan pengembangan Bukit Kayu Putih, penting untuk menyelidiki faktor-faktor yang secara komprehensif memengaruhi keputusan wisatawan. Aspek-aspek seperti harga tiket, mutu pelayanan, dan variabel lainnya memiliki peran yang signifikan dalam membentuk preferensi dan keputusan para wisatawan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih untuk mengunjungi Kawasan Wisata Bukit Kayu Putih..

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan, rumusan masalah yang dapat diajukan adalah: "Apa saja faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam memilih untuk berkunjung ke

Kawasan Wisata Bukit Kayu Putih di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur?"

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Kawasan Wisata Bukit Kayu Putih di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur.
2. Untuk mengidentifikasi peran dan tingkat signifikansi masing-masing variabel (fasilitas, harga, Produk, Tempat, Promosi, Proses, orang) dalam pengambilan keputusan wisatawan untuk memilih destinasi wisata Bukit Kayu Putih.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi Pengelola Wisata: Penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam menarik minat wisatawan ke Bukit Kayu Putih. Dengan mengetahui hal ini, pengelola wisata dapat meningkatkan fasilitas, menetapkan harga yang lebih sesuai, dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan wisatawan.
2. Manfaat bagi Wisatawan: Penelitian ini akan membantu wisatawan dalam memahami aspek-aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam membuat keputusan wisata. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka, wisatawan dapat membuat perencanaan perjalanan yang lebih baik dan memilih destinasi yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

3. Manfaat bagi Pemerintah Daerah: Hasil penelitian ini akan memberikan masukan yang berharga bagi pemerintah daerah dalam merencanakan strategi pengembangan pariwisata di wilayah Kabupaten Mojokerto. Peningkatan fasilitas, pengaturan harga yang tepat, dan peningkatan kualitas pelayanan dapat berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pertumbuhan ekonomi lokal.
4. Kontribusi pada Penelitian Pariwisata: Temuan dari penelitian ini juga dapat berkontribusi pada penelitian pariwisata secara lebih luas, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran dan dampak faktor-faktor tertentu terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata.
5. Pengembangan Potensi Wisata: Dengan memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan terkait fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan, pengelola dan pemerintah daerah dapat mengarahkan upaya pengembangan untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing Kawasan Wisata Bukit Kayu Putih sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkualitas..

