

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah bergantung pada pendapatan non-migas melalui sektor pariwisata. Pariwisata tidak hanya menghasilkan uang, tetapi juga membantu banyak hal lain dalam pembangunan bangsa. Ini termasuk menggalang lapangan usaha, meningkatkan pendapatan pemerintah serta masyarakat, mendukung budaya serta lingkungan hidup negara, memperkuat persatuan serta kesatuan nasional, serta masih banyak lagi. Pariwisata, baik domestik maupun internasional, memiliki banyak aspek, seperti sosiologi, psikologi, hukum, ekonomi, serta ekologi, antara lain. Karena fungsi pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi global, pariwisata biasa disebut sebagai paspor untuk kemajuan. Tidak mengherankan bahwa Saat ini, hampir semua negara berlomba-lomba untuk menjual keindahan alam, keunikan budaya, serta keramah-tamahan mereka kepada negara-negara yang berpotensi menjadi pasar mereka.(Wahyuni et al., 2022)

Salah satu pilar ekonomi utama merupakan pariwisata Indonesia kaya akan keindahan alam, keberagaman budaya, serta warisan leluhur yang unik. Menurut Baserta Pusat Statistik, pada Februari 2026, kunjungan wisman di Indonesia mengumpulkan 1,16 juta pengunjung. Jumlah ini naik 13,37% dari bulan sebelumnya (y-on-y) tetapi turun 2,42% dari Januari 2026. Malaysia, Tiongkok, serta Singapura masing-masing menyumbang 17%, 13%, serta 9% dari wisman yang berkunjung ke Indonesia pada Februari 2026. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi fluktuasi dalam jangka pendek, sektor

pariwisata Indonesia secara keseluruhan mengalami tren pertumbuhan yang positif. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ini mengindikasikan bahwa Indonesia semakin diminati sebagai destinasi wisata global. Ini jelas merupakan peluang serta tantangan bagi pengembangan sektor pariwisata untuk memungkinkan mempertahankan serta meningkatkan daya saingnya di masa mendatang.(BPS, 2026)

Sesuai Unsertag-unsertag tentang pariwisata nomor 10 tahun 2009 bahwa asertaya wisata memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta meratakan kesempatan masyarakat dalam membuka usaha sehingga dapat dapat melebarkan kesempatan berusaha masyarakat (Setiawan 2009). Hal tersebut akan berdampak terhadap peningkatan pembangunan pada suatu daerah serta dapat mendorong meningkatnya pendapatan daerah melalui kenaikan pendapatan masyarakatnya. Untuk mengoptimalkan potensi tersebut, diperlukan strategi yang efektif dari pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata.(Roibafi, 2024)

Pandemi Covid-19 yang mulai menyebar secara global sejak akhir tahun 2019 memberikan dampak besar pada sektor pariwisata. Pembatasan mobilitas masyarakat, termasuk penutupan akses internasional, mengakibatkan penurunan tajam jumlah turis domestik serta asing. Dampak tersebut tidak hanya dirasakan pada sektor pariwisata itu sendiri, tetapi juga merambat ke berbagai sektor lain seperti transportasi, perhotelan, restoran, hingga industri kreatif. Meski demikian, pandemi turut mendorong munculnya berbagai inovasi dalam pengembangan pariwisata, seperti berkembangnya desa wisata serta

wisata berbasis alam yang mengutamakan aspek kesehatan serta keamanan.(BPS, 2025)

Seiring waktu, kondisi pariwisata pada tahun 2024 mulai menunjukkan asertaya pemulihan. Pemerintah pusat serta daerah telah mengimplementasikan berbagai kebijakan serta strategi guna menghidupkan kembali sektor pariwisata pascapandemi. Upaya tersebut meliputi pembangunan serta peningkatan infrastruktur, penyediaan layanan yang lebih ramah bagi wisatawan, serta pengembangan produk pariwisata yang memiliki keunikan serta daya saing.(BPS, 2025)

Kabupaten Mojokerto sebagai bagian dari Jawa Timur turut merasakan dampak pemulihan tersebut. Kabupaten Mojokerto memiliki potensi wisata yang melimpah mulai dari hutan pinus, air terjun, pegunungan, serta masih banyak lainnya. Letaknya yang strategis di kawasan penyangga Surabaya serta kedekatannya dengan situs bersejarah Kerajaan Majapahit menjadikan Mojokerto memiliki potensi wisata budaya, sejarah, serta religi yang khas. Kontribusi sektor pariwisata juga tercermin dalam perekonomian daerah. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Lapangan Usaha Akomodasi, Makan, serta Minum di Kabupaten Mojokerto pada tahun 2024 mencapai 2.293,97 miliar rupiah, naik sebesar 168,03 miliar rupiah dibandingkan tahun 2023 yang sebesar 2.125,94 miliar rupiah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata Kabupaten Mojokerto terus berkembang serta berpotensi menjadi salah satu pilar ekonomi daerah.(BPS, 2025)

Sebuah sektor jasa merupakan pariwisata. Pada awalnya, jasa digunakan untuk menjual produk berwujud, berfungsi sebagai penyempurnaan produk,

serta termasuk dalam kategori pemasaran pelayanan . Menurut perspektif baru, jasa mencakup setiap interaksi antara pengguna jasa serta siapa pun, termasuk karyawan lain dalam perusahaan atau organisasi, bukan hanya karyawan perusahaan yang terlibat langsung dalam fungsi pemasaran.(Masnur, 2024)

Wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan perjalanan sementara untuk bersenang-senang, berlibur, atau beristirahat—bukan untuk bekerja atau mendapatkan gaji—serta pariwisata berkembang pesat karena keinginan orang untuk mencari hal-hal yang belum dikenal, menjelajahi tempat baru, menikmati pemansertagan baru, atau memulai petualangan baru. (Masnur, 2024)

Merujuk pada beberapa penelitian terdahulu tentang variabel yang mempengaruhi keputusan, pergi ke objek wisata, ditemukan hasilnya yang berbeda-beda terkait variabel yang paling banyak mempengaruhi pilihan pelanggan. Beberapa penelitian menyatakan faktor promosi serta harga berpengaruh signifikan, pada penelitian terdahulu yang berjudul Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Nusantara Berkunjung di Daya Tarik Wisata Ulun Sertau Beratan Tabanan mengenai keputusan berkunjung wisatawan umumnya menggunakan pendekatan motivasi wisatawan, yakni faktor pendorong serta faktor penarik , yang lebih menekankan pada aspek psikologis serta daya tarik destinasi. Namun, pendekatan tersebut dinilai belum mampu menjelaskan secara menyeluruh faktor-faktor pemasaran yang memengaruhi keputusan berkunjung. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif . melalui bauran pemasaran (7P) terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, individu, proses, serta bukti fisik. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada wisata alam atau wisata umum,

sesertagkan penelitian mengenai wisata edukasi berbasis pertanian serta peternakan masih terbatas. Perbedaan hasil penelitian serta keterbatasan objek penelitian tersebut menunjukkan perlunya dilakukan penelitian kembali pada konteks wisata edukasi karena pada taman wisata intan abatani ini didalamnya terdapat wisata edukasi yakni edukasi tentang peternakan serta pertanian, guna memperoleh gambaran faktor-faktor yang benar-benar mempengaruhi keputusan pelanggan untuk pergi.

Di Kabupaten Mojokerto, tepatnya di Desa Pulorejo, Kecamatan Dawarblandong, salah satu objek wisata yang terkenal ialah Taman Wisata Intan Abatani. Wisata ini berlokasi di Jl. Mayjen Sungkono, Sidokerto, Pulorejo, Dawarblandong, Mojokerto. Taman Wisata ntan Abatani bukan hanya tempat rekreasi keluarga tetapi juga tempat mendidik anak -anak. Taman wisata ini sudah memiliki banyak fasilitas serta wahana yang menarik untuk menyenangkan pengunjung. Oleh karena itu, tempat ini bagus untuk liburan keluarga, terutama untuk anak-anak mereka dapat belajar dengan bermain.

Beberapa fasilitas yang tersedia yakni tempat parkir, gazebo, mushola, kamar mandi, kantin. Ada beberapa wahana yang tersedia yakni kolam renang, mini zoo, playground, terapi ikan, edukasi dibisertag pertanian, peternakan. Untuk memasuki kawasan wisata pengunjung perlu membayar 5.000 rupiah. Ke kolam renang Intan Abatani hanya membayar Rp 15.000. Wisata Edukasi Intan Abatani dapat dikunjungi setiap hari. Jam operasionalnya yakni jam 07.00 – 17.00.

Dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung, Taman Wisata Intan Abatani menerapkan bauran pemasaran jasa (7P) yang mencakup produk,

harga, tempat, promosi, orang, proses, serta bukti fisik. Ketujuh unsur tersebut merupakan faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk berkunjung ke suatu objek wisata.

Menurut Philip Kotler dalam (Alfani et al., 2023), Produk merupakan segala sesuatu yang dapat dijual atau ditawarkan di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam bentuk barang atau jasa. Pada Taman Wisata Intan Abatani berupa berbagai wahana seperti kolam renang, mini zoo, playground, serta edukasi bisertag pertanian peternakan. Harga yakni jumlah uang yang Pelanggan bayar untuk barang serta jasa (Alfani et al., 2023). Harga pada Taman Wisata Intan Abatani diwujudkan melalui tarif tiket masuk serta biaya penggunaan beberapa wahana, yang disesuaikan dengan fasilitas serta pelayanan yang diterima pengunjung. Menurut Keller & Hansen dalam (Dewi & Setiawan, 2024), distribusi yakni memilih serta mengelola saluran pemasaran untuk produk atau layanan dengan memanfaatkan jaringan perusahaan atau individu yang membantu mendistribusikan produk atau layanan di pasar sasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta keinginannya. Aspek tempat pada Taman Wisata Intan Abatani meliputi lokasi wisata yang mudah ditemukan, kemudahan akses, kondisi jalan.

Menurut Keller & Hansen dalam (Dewi & Setiawan, 2024) Promosi merupakan cara untuk mempromosikan barang atau jasa melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, serta publikasi. Taman Wisata Intan Abatani melakukan promosi melalui media sosial. Menurut Hariyati dalam (Hamidi, 2023) Orang merupakan semua orang yang bekerja untuk menyediakan barang serta jasa yang dapat mempengaruhi pembeli. Orang pada

Taman Wisata Intan Abatani meliputi seluruh pegawai yang berinteraksi dengan pengunjung, seperti petugas loket, petugas parkir, petugas wahana, serta petugas kebersihan. Menurut Abedi serta Bedini dalam (Alfani et al., 2023) Proses merupakan semua proses serta langkah-langkah yang digunakan dalam memberikan layanan. Proses pada Taman Wisata Intan Abatani mencakup kecepatan, kemudahan pembayaran, serta proses penanganan pengunjung. Menurut Zeithaml dalam (Hamidi, 2023), Bukti fisik merupakan tempat layanan dilakukan serta dikirim dengan isyarat nyata, yang memudahkan pengiriman kinerja layanan. Pada Taman Wisata Intan Abatani bukti fisik mencakup warna bangunan, fasilitas pendukung, serta suasana wisata.

Jumlah pengunjung adalah salah satu Arah yang dapat digunakan untuk menganalisis tingkat minat masyarakat terhadap suatu objek wisata, Merujuk pada informasi dari pengelola Taman Wisata Intan Abatani, jumlah pengunjung selama periode Januari–April 2026 mengalami fluktuasi seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung pada Bulan Januari-April 2026

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	1.650
Februari	1.235
Maret	840
April	1.970

Sumber: Pengelola Taman Wisata Intan Abatani

Merujuk pada Tabel 1.1, jumlah pengunjung Taman Wisata Intan Abatani mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. Jumlah pengunjung mengalami

penurunan pada bulan Februari serta Maret, kemudian meningkat pada bulan April. Selain itu, pihak pengelola juga menyampaikan bahwa pada tahun 2025 terjadi penurunan jumlah pengunjung. Penurunan jumlah pengunjung tersebut menjadi perhatian bagi pengelola karena dapat memengaruhi keberlangsungan usaha wisata. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keputusan konsumen untuk berkunjung kemungkinan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti produk wisata yang ditawarkan, harga tiket, lokasi, promosi, proses pelayanan, sumber daya manusia, serta bukti fisik yang dimiliki objek wisata. Karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis variabel yang berdampak pada keputusan konsumen berkunjung ke Taman Wisata Intan Abatani.

Merujuk pada hal-hal di atas, maka penulis ingin melakukan studi dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Taman Wisata Intan Abatani Di Dawarblandong.”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah di atas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

“ Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Taman Wisata Intan Abatani di Dawarblandong? “

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah diatas, secara umum penelitian ini bermaksud untuk mengetahui serta menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen berkunjung ke Taman Wisata Intan Abatani di Dawarblandong.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil temuan dalam penelitian ini dapat memperkaya teori yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan.
- b. Dapat menambah bahan kajian khususnya masalah-masalah yang berhubungan dengan faktor kunjungan wisatawan.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat :

- a. Bagi peneliti sebagai studi banding antara teori dengan praktek yang diterima di bangku kuliah serta yang terjadi di masyarakat, yang akhirnya menjadi penguasaan ilmu pengetahuan bagi peneliti
- b. Sebagai bahan acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan.
- c. Bagi stakeholder hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan perencanaan strategis bagi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Wisata Intan Abatani di Dawarblandong.