

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri pariwisata saat ini dianggap sebagai industri yang paling pesat perkembangannya. Pariwisata memiliki peran strategis dalam perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di berbagai daerah wisata. Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa agar konsumen datang untuk berwisata. Sekarang ini kunjungan wisata ke suatu daerah sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan masyarakat.

Manusia sering kali terjebak dalam rutinitas harian yang padat dan tentunya memerlukan konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang mudah jenuh atau bosan dalam menjalani aktifitasnya. Oleh karena itu kebutuhan akan hiburan dan rekreasi sangat diperlukan oleh setiap manusia. Karena dengan adanya hiburan dan rekreasi, dapat membantu seseorang menghilangkan rasa penat dan melupakan masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari sehingga seseorang tersebut dapat kembali berpikiran jernih dan kembali *fresh*.

Pariwisata merupakan sebuah sektor industri hiburan, yang menjadi tujuan seseorang atau kelompok untuk memperoleh kepuasan dan kesenangan yang dapat mengusir kebosanan dan dapat menghibur hati. Menurut UU No.10/2009 tentang kepariwisataan, yang dimaksud pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat,

pengusaha dan pemerintah daerah. Pariwisata dalam dunia modern pada hakekatnya merupakan suatu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dan memberi hiburan jasmani maupun rohani setelah beberapa waktu berkerja atau beraktivitas untuk mengunjungi tempat rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam.

Masalah pariwisata pada masa kini sudah menjadi tumpuan harapan pemasukan devisa yang cukup besar bagi negara. Pariwisata ini, sekarang menjelma menjadi industri, yang disebut industri pariwisata, menghasilkan produk-produk wisata untuk dipasarkan. Guna meningkatkan Pariwisata di Indonesia khususnya, maka pemerintah berusaha memperbaiki dan mengembangkan segala aspek yang dapat membangkitkan selera wisatawan mengunjungi Indonesia, sehingga perlu diadakan promosi kepariwisataan ke Jepang, Eropa, Amerika dan lain-lain dengan membuat special event dengan Visit Indonesia Year 1991. Dengan promosi ini berarti bahwa bangsa Indonesia telah siap segalanya, baik di bidang Travel Biro, Transportasi, Penerbangan, bus turis, Perhotelan ataupun obyek wisatanya melalui pelayanan, juru penerang bagi wisatawan.

Saat ini industri pariwisata di Jawa Timur sangat pesat perkembangannya, ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya objek wisata yang bermunculan diberbagai daerah dengan daya tarik dan keunikan tersendiri salah satunya adalah Objek Wisata Bukit Bunda yang terletak di Desa Dawuhan Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar.

Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah di Propinsi Jawa Timur yang secara geografis Kabupaten Blitar terletak pada 111 25' – 112 20' BT dan 7 57-8

9'51 LS berada di Barat daya Ibu Kota Propinsi Jawa Timur – Surabaya dengan jarak kurang lebih 160 Km. Adapun batas – batas wilayah adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kabupaten Kediri dan Kabupaten Malang  
Sebelah Timur : Kabupaten Malang  
Sebelah Selatan : Samudra Indonesia  
Sebelah Barat : Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Kediri

Kabupaten Blitar memiliki luas wilayah 1.588.79 KM dengan tata guna tanah terinci sebagai Sawah, Pekarangan, Perkebunan, Tambak, Tegal, Hutan, Kolam Ikan dan lain-lain, Kabupaten Blitar juga di belah aliran sungai Brantas menjadi dua bagian yaitu Blitar Utara dan Blitar Selatan yang sekaligus membedakan potensi kedua wilayah tersebut yang mana Blitar Utara merupakan dataran rendah lahan sawah dan beriklim basah dan Blitar Selatan merupakan lahan kering yang cukup kritis dan beriklim kering. Wilayah Blitar selatan terus berusaha mengembangkan segala potensi yang dimiliki. Daya tarik Potensi dan kekayaan yang dimiliki Kabupaten Blitar bukan hanya pada sumber daya alam, produksi hasil bumi yang melimpah, hasil – hasil peternakan, perikanan dan deposit hasil tambang yang tersebar di wilayah Blitar Selatan, tetapi juga kekayaan budaya serta peninggalan sejarah yang mempunyai nilai adiluhung menjadi kekayaan yang tidak ternilai. Namun lebih dari itu, berbagai kemudahan perijinan dan iklim investasi (usaha) yang kondusif didukung oleh stabilitas sosial politik merupakan modal utama yang dapat

menjadi “point of essential” terutama jaminan bagi investor dan seluruh masyarakat untuk melibatkan diri dalam pengembangan Kabupaten Blitar.<sup>1</sup>

Sektor pariwisata Kabupaten dan Kota Blitar memiliki kemampuan untuk dikembangkan menjadi daerah wisata yang lebih kompetitif karena banyak atraksi wisata yang berharga di dalamnya. Perluasan pariwisata tidak bisa hanya mengandalkan satu individu dalam kabupaten dan kota, tetapi juga dari beberapa pihak yang turut berpartisipasi untuk merawat dan melakukan perbaikan bagi aset di daerah mereka. Untuk itulah harapan akan adanya bantuan dan partisipasi dari siapa saja yang peduli dengan sektor pariwisata di sekitar lingkungan khususnya Kabupaten Blitar agar bisa diperlihatkan secara luas kepada dunia.<sup>2</sup>

Bukit Bunda di Desa Dawuhan, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar, menjadi destinasi wisata baru di wilayah Blitar dan sekitarnya sejak 4-5 bulan lalu. Banyak orang tahu bahwa ada sosok pilot bernama Miftahul Ahsan di balik pembangunan lokasi wisata di perbukitan kapur itu. Namun, inilah cerita sesungguhnya di balik alasan pilot yang pilih pulang kampung. Simak penuturan Siti Aminah, ibunda si pilot, yang ternyata bermula dari kekhawatirannya soal seringnya terjadi pesawat jatuh. Ia khawatir pada keselamatan anaknya. Siti Aminah dan suaminya merupakan juragan pertambangan kapur di wilayah Blitar selatan. Mereka punya lahan sedikitnya 10 hektare. Lahan itu tidak bisa dikembangkan untuk

---

<sup>1</sup> [www.blitarkab.go.id](http://www.blitarkab.go.id) diakses pada tanggal 30 Juli 2018 Pukul 22.00 WIB

<sup>2</sup> <http://www.eastjava.com> diakses pada tanggal 30 Juli 2018 Pukul 21.00 WIB

pertanian. Siti Aminah pun berpikir soal membuat tempat wisata. Inspirasinya dari kesuksesan wisata kampung cokelat, sekitar 7 kilometer dari lokasi Bukit Bunda.<sup>3</sup>

Bukit Bunda adalah salah satu objek wisata keluarga sekaligus menjadi wisata yang cukup populer di Kabupaten Blitar. Bukit Bunda merupakan lahan bekas tambang batu kapur yang terletak di desa Dawuhan kecamatan Kademangan kabupaten Blitar yang dirubah menjadi tempat wisata dengan konsep TREK yaitu Taman Rekreasi dan Edukasi Keluarga. Dinamakan bukit bunda karena tempat ini dimaksudkan sebagai bentuk dedikasi ke ibunda, baik ibunda pribadi, ibunda kita semua, ibu pertiwi maupun ibu bumi.

Parameter keberhasilan sebuah objek wisata yaitu salah satunya dengan melihat pertumbuhan jumlah wisatawan. Karena dengan peningkatan jumlah wisatawan, otomatis akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung objek wisata. Akan tetapi, jumlah wisatawan Bukit Bunda cenderung menurun secara terus-menerus selama beberapa bulan terakhir. Penurunan jumlah wisatawan tersebut terjadi karena adanya pengaruh keputsan berkunjung wisatawan terhadap objek wisata lain. Karena saat ini banyak tempat wisata yang tidak kalah menarik yang memberikan wahana yang menarik bagi para pengunjung. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

---

<sup>3</sup> <http://bukitbunda.com> diakses pada tanggal 30 Juli 2018 Pukul 23.00 WIB

**Tabel 1.1****Data Jumlah Wisatawan Bukit Bunda Kabupaten Blitar**

| No. | Bulan    | Jumlah Pengunjung |       |
|-----|----------|-------------------|-------|
|     |          | 2017              | 2018  |
| 1.  | Desember | 13.189            |       |
| 2.  | Januari  |                   | 4.502 |
| 3.  | Februari |                   | 3.409 |
| 4.  | Maret    |                   | 3.220 |
| 5.  | April    |                   | 2.949 |
| 6.  | Mei      |                   | 1.811 |
| 7.  | Juni     |                   | 5.431 |
| 8.  | Juli     |                   | 3.772 |
| 9.  | Agustus  |                   | 1.513 |

Sumber: Data pengunjung Bukit Bunda Blitar, 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai jumlah wisatawan Bukit Bunda, dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan cenderung menurun dari bulan ke bulan mulai dari bulan Desember 2017 hingga bulan Agustus 2018 kecuali pada bulan Juni 2018 mengalami peningkatan. Penurunan jumlah wisatawan yang paling signifikan terjadi pada bulan Januari yaitu menurun sebanyak 4.502 wisatawan. Saat itu animo wisatawan dalam berkunjung ke Bukit Bunda sangat berkurang. Bahkan lambat laun, jumlah wisatawan yang datang ke Bukit Bunda terus mengalami penurunan selama beberapa bulan terakhir.

Promosi sangat penting dilakukan oleh sebuah perusahaan. Suatu perusahaan yang baru berdiri sangat penting untuk dipromosikan begitu pula produk yang baru diluncurkan. Publikasi tersebut bisa bersifat langsung melalui promosi atau tidak langsung melalui produk atau jasa berkualitas sehingga menjadi pembicaraan dari mulut ke mulut para konsumen. Promosi merupakan bentuk pengenalan perusahaan

atau produk kepada publik, di samping untuk memperkenalkan diri juga untuk menarik pelanggan baru atau meningkatkan penjualan. Dengan promosi, masyarakat akan mengetahui keberadaan perusahaan tersebut, produk – produk apa yang ditawarkan, manfaat produk bagi konsumen, keunggulan produk, dan hal – hal lainnya yang perlu diketahui konsumen.<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya.<sup>5</sup> Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar memberikan pelayanan yang maksimal dengan keamanan daerah wisata bukit bunda terjamin karena di sekitar area bukit bunda terdapat CCTV untuk mengawasi pergerakan yang terjadi di bukit bunda. Bukit bunda memberikan rasa nyaman dengan tempat-tempat wisata yang indah dan tidak lupa akan adanya sebuah mushola yang mengingatkan kita untuk selalu beribadah kepada Tuhan. Bukit bunda memberikan jaminan kebersihan tempat wisata dengan adanya tempat sampah di beberapa tempat dan toilet yang bersih, agar kesehatan pengunjung tetap terjaga serta pengunjung dapat menikmati wisata yang dilakukan dengan baik. Mulai dari pintu masuk bukit bunda hingga berada di dalam bukit bunda, wisatawan akan dilayani dengan ramah oleh karyawan-karyawan yang ramah yang dimiliki oleh bukit bunda.

---

<sup>4</sup> Eddy Soeryanto Soegoto. *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung*, (Jakarta:Kompas Gramedia:2009), hlm. 204

<sup>5</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Deeplubish, 2016), Hlm. 57

Dengan pelayanan yang diberikan baik dapat dijadikan modal utama untuk menarik minat konsumen atau wisatawan untuk menggunakan produk dari wisata Bukit Bunda. Secara nyata, kualitas pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan wisatawan yang berpengaruh terhadap keputusan berwisata oleh seorang wisatawan. Hal ini dikarenakan dengan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas dan akan menggunakan jasa perusahaan tersebut di kemudian hari dan bahkan bisa berkali-kali untuk melakukan pembelian ulang tanpa berpikir panjang.

Selain promosi dan kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor konsumen untuk melakukan keputusan berwisata. Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lain menghasilkan biaya. Menurut Kotler dalam M. Taufiq Amir, harga dapat diartikan sebagai jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakan atas produk dan jasa.<sup>6</sup> Di masa lalu hingga saat ini, harga telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Namun dewasa ini, faktor-faktor nonharga telah menjadi suatu hal yang tidak kalah penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh para konsumen. Salah satu faktor nonharga tersebut adalah faktor pemasaran (*marketing*).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui apakah promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh pada keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan**

---

<sup>6</sup> M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 163

## **Harga terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar?
2. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar?
3. Apakah faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar?
4. Apakah faktor promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengkaji pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar
2. Mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar
3. Mengkaji pengaruh harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar

4. Mengkaji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Objek Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dan kegunaan dari penelitian adalah untuk kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kedua kegunaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya. Selain itu juga untuk menambah ilmu guna mengembangkan pengetahuan khususnya mengenai promosi, kualitas pelayanan, harga dan keputusan konsumen.

2. Kegunaan praktis

Bagi penulis, penelitian ini merupakan suatu media untuk belajar dalam menganalisis permasalahan yang terjadi dalam dunia nyata maupun teori yang di dapatkan selama kuliah, sebagai bekal ilmu dunia kerja kelak. Bagi pihak perguruan tinggi, hasil karya ini semoga dapat berguna sebagai pembendaharaan hasil penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya. Dan juga bagi perusahaan, untuk mengetahui keputusan konsumen yang dinilai melalui aspek promosi, kualitas pelayanan, dan harga.

#### **E. Ruang Lingkup Penelitian Dan Batasan Penelitian**

Karena luasnya asumsi yang dapat diambil dari teori dan kondisi dilapangan, maka peneliti membatasi masalah-masalah yang akan diteliti agar masalah yang

diteliti tidak terlalu meluas dan lebih fokus. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya melakukan penelitian pada objek Wisata Bukit Bunda tanpa melakukan perbandingan dengan objek wisata yang lain.
2. Terbatasnya waktu, tenaga dan biaya penelitian, maka peneliti memilih lokasi wisata Bukit Bunda
3. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengunjung atau wisatawan yang pernah berwisata di Wisata Bukit Bunda Kabupaten Blitar.
4. Atribut yang diteliti dalam penelitian ini adalah promosi, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan berkunjung wisatawan.

#### **F. Penegasan Istilah**

1. Promosi ( $x_1$ ), promosi adalah komunikasi yang persuasif mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan.<sup>7</sup> Jadi promosi media online adalah komunikasi yang persuasif mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan dengan sarana media online.
2. Kualitas pelayanan ( $x_2$ ), Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 95

<sup>8</sup> Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 100

3. Harga ( $x_3$ ), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>9</sup>
4. Keputusan Berwisata ( $y_1$ ), keputusan berwisata adalah keputusan seseorang ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.<sup>10</sup>

### G. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun Sistematika Pembahasan skripsi dengan metode penelitian kuantitatif ini, diperinci menjadi 3 bagian utama, yaitu:

**Bagian Awal** Bagian awal ini terdiri dari: Halaman Sampul Depan, Halaman Judul.

Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Halaman Pernyataan Keaslian, Motto, Halaman Persembahan, Prakata, Halaman Daftar isi, Halaman Tabel, Halaman Daftar Gambar, Halaman Daftar Lampiran, Transliterasi dan Abstrak.

### Bagian Inti

**BAB I** Pendahuluan, terdiri dari (a) Latar Belakang Masalah, (b) Identifikasi Masalah, (c) Rumusan Masalah, (d) Tujuan Penelitian, (e) Kegunaan Penelitian, (f) Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, (g) Penegasan Istilah, (h) Sistematika Pembahasan Skripsi.

**BAB II** Landasan Teori, terdiri dari (a) Kerangka Teori, (b) Kajian Penelitian Terdahulu, (c) Kerangka Berfikir Penelitian, (d) Hipotesis Penelitian

---

<sup>9</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), hlm. 256

<sup>10</sup> Sunarto, *Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: UST PRESS, 2006), hlm. 247

- BAB III** Metode Penelitian, terdiri dari: (a) Pendekatan Penelitian, (b) Populasi, Sampling, Sampel, (c) Sumber Data, (d) Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian, (e) Analisis Data.
- BAB IV** Hasil Penelitian, terdiri dari: Deskripsi Data dan Pengujian Hipotesis.
- BAB V** Pembahasan, terdiri dari: Pembahasan Rumusan masalah I, Pembahasan Rumusan Masalah II, Pembahasan Rumusan Masalah III, Pembahasan Rumusan Masalah IV.
- BAB VI** Penutup, terdiri dari: (a) Kesimpulan, (b) Saran.
- Bagian Akhir** Bagian akhir ini terdiri dari: (a) Daftar Rujukan, (b) Lampiran-Lampiran, (c) Surat Pernyataan Keaslian Skripsi, (d) Daftar Riwayat Hidup.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Tim Penyusun Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Pedoman Penyusunan Skripsi. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016), hlm. 33