

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan banyak tempat alami tanpa adanya sentuhan tangan manusia. Hal ini yang menjadikan Indonesia sebagai negara yang dipilih para wisatawan mancanegara saat berlibur. Keindahan pemandangan yang alami, kekayaan sumber daya alam yang melimpah, beraneka ragam bahasa, agama dan tradisi masyarakat yang heterogen membuat Indonesia menjadi miniatur dunia.<sup>1</sup>

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mengamanatkan bahwa penyelenggaraan pariwisata ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan serta mendayagunakan objek dan daya tarik wisata.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang paling banyak menyumbangkan pendapatan bagi suatu daerah/negara tujuan wisata. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata mampu menumbuhkan industri-industri baru dalam kepariwisataan. Sebagai sektor yang paling banyak memberikan

---

<sup>1</sup> Fima Rosida, (Skripsi): *Pengaruh Harga dan Fasilitas terhadap Kunjungan di Pantai Air Bangis Kabupaten Pasaman Barat*, (Medan: UIN Sumatera Utara, 2018), hal 1

manfaat dan keuntungan, maka sudah selayaknya pariwisata didukung dan dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat setempat.<sup>2</sup>

Pariwisata adalah suatu aktivitas yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, berlibur, atau turisme. Objek pariwisata dapat berupa tempat-tempat untuk sejarah atau lokasi-lokasi alam yang indah dan atraktif. Dengan kata lain, *tourisme* adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas itu.<sup>3</sup>

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2008 tentang Retribusi dan Daya Tarik Wisata telah dijelaskan bahwa kekayaan berupa sumber daya terdiri atas sumber daya manusia, sumber daya hayati, sumber daya alam non hayati, dan sumber daya buatan. Sumber daya alam dan buatan yang dapat dijadikan obyek dan daya tarik wisata berupa keadaan alam, flora dan fauna, hasil karya manusia, serta peninggalan sejarah dan budaya yang merupakan modal bagi pembangunan dan peningkatan kepariwisataan di Indonesia.

Kegiatan pembangunan kepariwisataan, sebagaimana halnya pembangunan disektor lainnya, pada hakekatnya melibatkan peran dari seluruh pemangku kepentingan yang ada dan terkait. Masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan pariwisata, mulai dari

---

<sup>2</sup> Agustinawati dan Cindenia Puspasari, *Analisis Bauran Pemasaran Destinasi Pariwisata Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis, Vol. 7 No. 2, 2018, hal. 12

<sup>3</sup> Hery Sucipto & Fitria Andayani, *Wisata Syariah, Potensi, Prospek dan Tantangannya*, (Jakarta Selatan: Grafindo Books Media, 2014), hal. 33-34

kerangka perencanaan hingga pelaksanaan pembangunan kepariwisataan. Upaya untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata disuatu tempat dapat dikelola dengan baik dan berkelanjutan, maka hal mendasar yang harus diwujudkan untuk mendukung tujuan tersebut adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat.

Pembangunan kepariwisataan Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup baik, hal tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara termasuk perolehan devisa. Tahun 2018, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 15,81 juta kunjungan atau naik 12,58% dibanding dengan jumlah kunjungan tahun 2017 yang berjumlah 14,04 juta pengunjung. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara pada tahun 2018 mencapai 275 juta perjalanan, mengalami kenaikan dibanding tahun 2017 yang mencapai 271 juta perjalanan.<sup>4</sup>

Secara geografis Kabupaten Trenggalek terletak pada koordinat 111°24' hingga 112°11' bujur timur dan 7°63' hingga 8°34' lintang selatan. Kabupaten Trenggalek sebagian besar terdiri dari tanah pegunungan dengan luas 2/3 bagian luas wilayah. Sedangkan sisanya (1/3 bagian) merupakan tanah dataran rendah. Ketinggian tanahnya diantara 0 hingga 690 meter

---

<sup>4</sup> Sindi Pambayuning Puji Rahayu, Sapja Anantanyu, Mulyanto, *Partisipasi Masyarakat Kelompok Sadar Wisata dalam Pembangunan Kepariwisata di Kabupaten Trenggalek*, Industrial Research Workshop and National Seminar, hal. 1348

diatas permukaan laut, dengan luas wilayah 126.140 Ha, Kabupaten Trenggalek terbagi menjadi 14 kecamatan dan 157 desa.<sup>5</sup>

Trenggalek merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur. Keindahan alam yang ada di Trenggalek memberikan keuntungan karena dapat menjadi daya tarik pelancong. Posisi Kabupaten Trenggalek yang terletak diantara Kota Yogyakarta dan Kota Malang memberikan peluang sebagai destinasi terdekat yang dapat disinggahi bagi para wisatawan yang melancong ke kedua kota tersebut. Didukung dengan dibukanya jalur lintas selatan, yang menghubungkan satu daerah dengan daerah lain di wilayah selatan Jawa Timur, sehingga dapat mempercepat jarak tempuh perjalanan.

Sektor pariwisata masuk dalam 5 prioritas pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Trenggalek, sehingga pada tahun 2017 berhasil mendapatkan apresiasi tertinggi dalam komitmen membangun potensi pariwisata daerah bersama dengan empat Kabupaten lain di Jawa Timur. Kabupaten Trenggalek juga mendapatkan penghargaan *Entrepreneur Award* 2018 dari Markpus Inc. berkaitan dengan inovasi di bidang pariwisata terutama di bidang *event-event* pariwisata tradisi lokal.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>Pemerintah Kabupaten Trenggalek, *Letak Geografi*, <https://www.trenggalekkab.go.id/menu?page=25&cat=18>, diakses pada tanggal 06 Juni 2020, pukul 10.59 wib

<sup>6</sup> Sindi Pambayuning Puji Rahayu, Sapja Anantanyu, Mulyanto, *Partisipasi Masyarakat...*, hal. 1349

Tabel 1.1

## Objek Wisata Kabupaten Trenggalek

No	Nama Objek Wisata	Jenis Wisata	Lokasi Wisata	
			Desa	Kecamatan
1	Hutan Kota	Alam	Ngantru	Trenggalek
2	Trenggalek Green Park	Buatan	Sumbergedong	Trenggalek
3	Trenggalek Agro Park	Buatan	Ngantru	Trenggalek
4	Bukit Jaas Waterpark	Buatan	Tamanan	Trenggalek
5	Kolam Renang Tirta Jwalita	Buatan	Kelutan	Trenggalek
6	Pemandian Tapan	Buatan	Karangan	Karangan
7	Rumah Coklat	Buatan	Karangan	Karangan
8	Gunung Lingga	Alam	Nglebo	Suruh
9	Air Terjun Jurug Gue	Alam	Suruh	Suruh
10	Air Terjun Jurug Waru	Alam	Dongko	Dongko
11	Taman Pringgondani	Alam	Dongko	Dongko
12	Pantai Pelang	Alam	Panggul	Panggul
13	Pantai Kili-Kili	Alam	Panggul	Panggul
14	Pantai Konang	Alam	Panggul	Panggul
15	Pantai Tirisian	Alam	Panggul	Panggul
16	Air Terjun Coban Rambat	Alam	Bendungan	Bendungan
17	Dilem Wilis	Alam	Bendungan	Bendungan
18	Air Terjun Putri Maron	Alam	Bendungan	Bendungan
19	Kali Anjlok	Alam	Tugu	Tugu
20	Embung Slobok	Buatan	Tugu	Tugu
21	Banyu Lumut	Buatan	Tegaren	Tugu
22	Anjungan Anjungan Cerdas	Buatan	Nglinggis	Tugu
23	Air Terjun Songgo Langit	Alam	Sukokidul	Tugu
24	Air Terjun Bendorejo	Alam	Karanganyar	Pule
25	Argolawe	Alam	Tanggaran	Pule
26	Bukit Banyon	Alam	Widoro	Gandusari
27	Beji Maron	Alam	Karanganyar	Gandusari
28	Goa Ngerit/Ngerit Stone Park	Alam	Senden	Kampak
29	Air Terjun Jurug Terbang	Alam	Karangrejo	Kampak
30	Pantai Ngampiran	Alam	Tawing	Munjungan
31	Pantai Slah Kulon	Alam	Tawing	Munjungan
32	Pantai Ngadipuro	Alam	Craken	Munjungan

33	Pantai Kapulogo	Alam	Craken	Munjungan
34	Pantai Ngulungwetan	Alam	Ngulungwetan	Munjungan
35	Pantai Mukus	Alam	Ngulungkulon	Munjungan
36	Pabtai Rajaan	Alam	Ngulungkulon	Munjungan
37	Air Terjun Coban Wonoasri	Alam	Bangun	Munjungan
38	Pantai Prahu Remak	Alam	Bendoroto	Munjungan
38	Pantai Blado	Alam	Masaran	Munjungan
39	Kedung Lesung	Alam	Tawing	Munjungan
40	Paralayang Gunung Gemblung	Minat Khusus	Semarum	Durenan
41	Kampung Toga Lestari	Buatan	Malasan	Durenan
42	Bukit Tunggangan	Alam	Kendalrejo	Durenan
43	Pantai Prigi	Alam	Tasikmadu	Watulimo
44	Pantai Cengkong	Alam	Tasikmadu	Watulimo
45	Jembatan Mangrove	Buatan	Tasikmadu	Watulimo
46	Pantai Simborance	Alam	Tasikmadu	Watulimo
47	Pantai Karanggongso	Alam	Tasikmadu	Watulimo
48	Pantai Damas	Alam	Tasikmadu	Watulimo
49	Gua Lowo	Alam	Watuagung	Watulimo
50	Panjat Tebing Gunung Spikul	Alam	Watuagung	Watulimo
51	Watulawang	Alam	Sawahan	Watulimo
52	Banyu Nget	Alam	Sawahan	Watulimo
53	Rumah Apung	Buatan	Tasikmadu	Watulimo
54	Gupili	Buatan	Slawe	Watulimo
55	Pantai Mutiara	Alam	Tasikmadu	Watulimo

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek*

Berdasarkan data diatas, Kabupaten Trenggalek memiliki banyak objek wisata. Kabupaten Trenggalek mempunyai potensi yang cukup baik dibidang pariwisata yang bisa dikembangkan. Perkembangan pariwisata di Trenggalek saat ini sangat cepat, hal tersebut dapat kita lihat dengan diperolehnya berbagai penghargaan di bidang pariwisata dan semakin banyaknya objek wisata baru diberbagai daerah Kabupaten Trenggalek yang mempunyai daya tarik sendiri, salah satunya adalah objek wista Ngerit Stone Park yang terletak di Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek.

**Tabel 1.2****Data Pengunjung Objek Wisata di Trenggalek Tahun 2018**

<b>No</b>	<b>Nama Objek Wisata</b>	<b>Jumlah</b>
1	Pantai Pelang	68.664
2	Pantai Prigi	98.450
3	Pantai Karanggongso	436.847
4	Guo Lowo	28.062
5	Kolam Renang Tirta Jwalita	30.115
6	Goa Ngerit/Ngerit Stone Park	33.987
	<b>Jumlah</b>	<b>696.125</b>

*Sumber: BPS Kabupaten Trenggalek*

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa dari 6 (enam) objek wisata, Ngerit Stone Park menjadi salah satu objek wisata yang memiliki jumlah pengunjung cukup tinggi. Meskipun objek wisata Ngerit Stone Park masih terbilang baru, tetapi perkembangan jumlah pengunjungnya tidak jauh dengan objek wisata lama yang ada di Kabupaten Trenggalek

Peneliti melakukan penelitian di Objek Wisata Ngerit Stone Park. Lokasi objek wisata ini sangat mudah ditemui oleh wisatawan karena akses jalan yang mudah dan petunjuk jalan yang dapat diakses di google maps. Untuk transportasi cukup mudah dengan jarak tempuh menuju lokasi hanya memakan waktu sekitar 30 menit dari pusat kota. Wisata alam Ngerit Stone Park yang terletak di kawasan Perhutani dan dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) dan bekerjasama dengan masyarakat sekitar, memiliki panorama keindahan serta situs dan keunikan alam. Ngerit Stone Park menjadi salah satu destinasi wisata yang sedang dikembangkan

di Kabupaten Trenggalek. Di lokasi tersebut, terdapat 13 lokasi dengan keunikan alam dan daya tarik sendiri-sendiri. Rute untuk menuju masing-masing lokasi, saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Begitu masuk lokasi wisata, pengunjung akan disugahi pemandangan yang masih alami. Di bagian depan terdapat batu masuk, batu *selfi deck*, batu Labirin, situs pertapaan, dan jembatan Putri Ngerit. Selain itu, pengunjung akan dimanjakan dengan pemandangan indah Goa Ngerit, Rumah Batu, Situs Mitos, Goa Agung, Situs Meja Kursi, Sungai Bawah Tanah, Bangsal Kencana, dan Goa Landak.

Dengan banyaknya tempat wisata baru, objek wisata Ngerit Stone Park memiliki strategi dalam memberikan daya tarik bagi para calon pengunjung. Penerapan strategi yang tepat dapat meningkatkan jumlah wisatawan untuk berkunjung di tempat wisata. Dengan memberikan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dan menerapkan program bauran pemasaran, pihak pengelola diperkirakan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisata Ngerit Stone Park. Apabila pengelola mempersiapkan bauran pemasaran jasa yang meliputi *Product* (produk), produk yang dipasarkan perusahaan haruslah sesuai dengan kebutuhan konsumen. *Price* (harga), penetapan harga merupakan salah satu kunci penting dalam memasarkan produk. *Promotion* (promosi), perusahaan harus aktif dalam mempromosikan produk/jasanya kepada konsumen agar tertarik. *Place* (lokasi), pihak perusahaan harus mampu memberikan suasana yang menarik sehingga menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

Pihak pengelola telah menerapkan bauran pemasaran tersebut yang meliputi harga yang lebih terjangkau dibanding dengan harga objek wisata lainnya, fasilitas objek wisata dan wahana permainan yang lengkap, menarik dan kekinian, serta didukung dengan lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman.

**Tabel 1.3**

**Data Jumlah Pengunjung Objek Wisata Ngerit Stone Park**

**Tahun 2018**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>
1	2017	19.988
2	2018	33.987
3	2019	23.084
	<b>Jumlah</b>	<b>77.059</b>

*Sumber: BPS Kabupaten Trenggalek*

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan bahwa jumlah pengunjung objek wisata Ngerit Stone Park pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 13.999, dari 19.988 menjadi 33.987 pengunjung. Sedangkan pada tahun 2019 jumlah pengunjung mengalami penurunan sebesar 10.903, sehingga jumlah pengunjung di tahun 2019 menjadi 23.084 pengunjung. Jadi, jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park masih mengalami naik turun, jumlah pengunjung selama tiga tahun sebesar 77.059 pengunjung.

Dalam upaya meningkatkan laba dan menjaga kelangsungan usaha, pengelola Objek Wisata Ngerit Stone Park menetapkan strategi yang tepat dengan memahami apa yang menjadi kebutuhan wisatawan dengan menawarkan harga yang terjangkau. Dengan daya tarik wisata yang dimiliki oleh Objek Wisata Ngerit Stone Park sesuai dengan *trend* yang diinginkan masyarakat, hal ini bertujuan untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan dan mencapai laba yang telah ditargetkan. Apabila keputusan berkunjung konsumen mengalami peningkatan maka laba yang diperoleh semakin besar, hal ini berguna untuk kelangsungan hidup perusahaan wisata dan digunakan untuk mengembangkan usaha guna memenuhi kebutuhan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Bauran pemasaran merupakan perangkat peralatan pemasaran yang digunakan untuk mengejar tujuan pemasaran dalam pasar yang ditargetkan. Dasar bauran pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion* saling berhubungan dan masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi, maka perusahaan harus menentukan sasaran dan menganalisis pasar serta mengembangkan suatu program untuk mencapai pasar tersebut.<sup>7</sup>

Dalam dunia pariwisata, pemahaman tentang bauran pemasaran sangat diperlukan oleh setiap perusahaan. Karena untuk mengelola industri

---

<sup>7</sup> Francois Vellas dan Lionel Becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis*, Tjr. Dra. Indriati Msi, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hal. 142

pariwisata dengan baik dan profesional diperlukan kajian mendalam diantaranya adalah bahwa wisatawan merupakan sumber dari pendapatan yang harus dilayani dengan baik agar mereka senang dan nyaman sehingga waktu tinggal di suatu daerah wisata akan lebih lama. Industri pariwisata adalah suatu jenis produk yang banyak bergerak di bidang jasa, untuk itu aspek yang berhubungan dengan ekonomi orientasinya adalah pelayanan jasa. Apabila bauran pemasaran dilakukan dengan baik maka yang ada di benak pelanggan adalah kepuasan dimana dengan kepuasan pelanggan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Dengan memberikan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen dan menerapkan bauran pemasaran, pihak pengelola pariwisata diperkirakan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek wisatanya.

Produk menurut Kotler, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk dapat berupa objek secara fisik, jasa, orang, tempat, ide, organisasi, atau semua bentuk-bentuk jadi. Sedangkan menurut Yoeti, produk pariwisata adalah sejumlah fasilitas dan pelayanan yang disediakan dan diperuntukkan bagi wisatawan yang terdiri dari tiga komponen, yaitu sumber daya dan fasilitas yang ada di tempat wisata, serta transportasi yang membawa wisatawan dari tempat asalnya ke suatu tempat wisata.

Ngerit Stone Park merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa wisata. Dalam penerapan bauran pemasaran, pihak

pengelola menyediakan berbagai fasilitas untuk memberikan kepuasan bagi pengunjung. Dari fasilitas tersebut meliputi, pengunjung dapat menikmati pemandangan yang alami, disediakan tempat warung/tempat makan, terdapat beberapa gazebo, area bermain anak-anak, dan tempat ibadah. Di dalam penerapan bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung, maka usaha yang dapat dilakukan oleh pihak pengelola yaitu harus mengadakan survey dan pengamatan terhadap setiap fasilitas yang ada agar usaha tersebut dapat berkembang.

Objek wisata yang memiliki keunggulan daya tarik dapat dikembangkan menjadi objek unggulan sebagai poros pengembangan. Keberadaan poros pengembangan dapat memicu perkembangan objek-objek yang lain. Sedangkan objek-objek yang belum berkembang, secara strategis dapat ikut berkembang melalui sistem perencanaan yang diarahkan memicu perkembangan.

Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang teliti agar konsumen dapat melakukan pembelian, misalnya harus sesuai dengan tolak ukur seperti kegiatan ekonomi yaitu perkantoran, perbankan, pertokoan, dan lain-lain. lokasi yang mudah dijangkau dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli barang atau jasa, dengan kata lain lokasi wisata dapat di akses dengan mudah dan cepat misalnya dekat dengan jalan raya atau dekat dengan pusat kota.<sup>8</sup> Perusahaan harus memiliki cara untuk memilih lokasi yang strategis yang memiliki potensi untuk meningkatkan keputusan

---

<sup>8</sup> M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Galia Indonesia, 1990), hal. 84

pembelian. Tentunya lokasi ini sangat strategis untuk menjual barang atau jasa. Objek wisata Ngerit Stone Park ini terletak di Desa Senden, Kecamatan Kampak, Kabupaten Trenggalek yang berjarak sekitar 25 KM dari pusat kota Trenggalek. Akses menuju objek wisata Ngerit Stone Park mudah dijangkau, karena lokasinya tepat berada di pinggir jalan raya.

Ngerit Stone Park memiliki fasilitas untuk jaminan mengenai Objek Wisata yang bersangkutan. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui promosi dengan menggunakan media sosial. Promosi tersebut ditujukan kepada masyarakat baik dalam kota maupun luar kota. Melalui promosi dengan menggunakan media sosial diharapkan pengunjung akan tertarik dan melakukan keputusan untuk berkunjung di objek wisata tersebut.

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon wisatawan mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingat, dan meyakinkan calon wisatawan. Promosi tempat wisata yang disusun dengan baik akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan daerah dan mendorong proses perkembangan perekonomian di sekitar daerah wisata.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa.<sup>9</sup> Penentuan harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh Objek Wisata Ngerit Stone Park tidak berwujud dan harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan

---

<sup>9</sup> Simamora Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional. Jilid 1 Edisi Cetak 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal. 547

menjadi indikasi kualitas jasa macam apa yang akan diterima oleh konsumen. Penetapan suatu harga sangat berperan penting dalam keputusan berkunjung. Besar kecilnya harga akan mempengaruhi kualitas jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Berdasarkan hukum permintaan, semakin rendah harga suatu produk, maka semakin banyak jumlah permintaan atas produk atau jasa, dan sebaliknya.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung pada Objek Wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka terdapat fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek dalam mengelola usahanya agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung?
2. Bagaimana bentuk kendala yang muncul pada objek wisata Ngerit Stone Park dalam meningkatkan jumlah pengunjung?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

---

<sup>10</sup> Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 75.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek dalam mengelola usahanya agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Untuk mendeskripsikan kendala yang muncul pada objek wisata Ngerit Stone Park dalam meningkatkan jumlah pengunjung.
3. Untuk mendeskripsikan upaya yang dilakukan untuk menghadapi kendala yang terjadi dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

### **D. Batasan Masalah**

Agar penelitian dapat dilakukan dengan fokus dan mendalam maka penulis membatasi masalah yang diteliti yang meliputi:

1. Hanya berkaitan dengan penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh objek wisata Ngerit Stone Park.
2. Hanya berkaitan dengan kendala apa yang terjadi selama upaya dalam peningkatan jumlah pengunjung objek wisata Ngerit Stone Park.
3. Hanya berkaitan dengan upaya yang dilakukan setelah adanya kendala dalam meningkatkan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park.

### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan secara teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi bacaan dan menjadi gambaran untuk bahan penelitian yang memiliki permasalahan yang sama.

## 2. Kegunaan praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh:

- a. Bagi pihak pengelola tempat wisata dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan kinerja sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung untuk datang berwisata.
- b. Bagi pihak akademik hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi perbendaharaan perpustakaan IAIN Tulungagung.
- c. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat digunakan sebagai referensi serta menjadi bahan kajian untuk melakukan penelitian dibidang yang sama pada kajian yang berbeda.

## F. Penegasan Istilah

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Bauran Pemasaran

*Marketing mix*/bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan. Bauran pemasaran merupakan suatu perangkat yang terdiri dari beberapa faktor yaitu produk, harga, lokasi, dan lokasi yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan dalam

pemasaran dan ditujukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.<sup>11</sup>

#### **b. Objek wisata**

Lokawisata, tempat wisata atau objek wisata adalah sebuah tempat rekreasi/tempat berwisata. Objek wisata dapat berupa objek wisata seperti gunung, sungai, pantai, laut, atau berupa objek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain. Objek wisata adalah salah satu komponen yang penting dalam industri pariwisata dan salah satu alasan pengunjung melakukan perjalanan.

Berdasarkan Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi No.KM 98/PW:102/MPPT-87, objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.<sup>12</sup>

#### **c. Kendala dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kendala adalah halangan rintangan dengan keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran. Kendala dalam

---

<sup>11</sup> Christina A.D Sedang, *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, Jurnal EMBA Vol. 1 No. 03, 2013, hal. 72

<sup>12</sup> Sigit Dwi Laksana, *Tumpuk Mempesona*, (Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, 2020), hal. 11-12

meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata adalah suatu hambatan yang menghambat jalannya pengembangan objek wisata yang dilihat dari faktor internal (dalam kawasan objek wisata) maupun faktor eksternal (luar kawasan objek wisata). Faktor tersebut meliputi, pengelola wisata, pekerja, fasilitas, material, maupun masyarakat di sekitar objek wisata.

## 2. Definisi Operasional

Implementasi bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata Ngerit Stone Park Kabupaten Trenggalek yang akan diteliti meliputi penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dalam peningkatan jumlah pengunjung di objek wisata Ngerit Stone Park. Kendala apa saja yang dihadapi dalam meningkatkan jumlah pengunjung, serta upaya apa saja yang dilakukan oleh pengelola dalam menghadapi kendala yang terjadi.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan skripsi sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan sistematika penulisan skripsi menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagaimana berikut:

### 1. Bagian awal skripsi

Bagian pendahuluan skripsi berisi tentang halaman judul skripsi, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman

motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, dan halaman abstrak.

## 2. Bagian isi skripsi

Secara garis besar, penulisan penelitian ini terdiri 6 bab. Masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci dan sistematis serta berkesinambungan agar dapat dipahami. Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN, dalam bab pertama ini dijelaskan gambaran singkat apa yang akan diahas dalam skripsi, yang mencakup: (a) latar belakang masalah yang berisi fenoena-fenomena yang terkait dengan judul penelitian, (b) fokus penelitian, (c) tujuan yang ingin diciptakan dari penelitian yang dilakukan, (d) manfaat penelitian, (e) ruang lingkup penelitian, (f) penegasan istilah dan (g) sistematika penulisan skripsi.

Bab II KAJIAN PUSTAKA, bab ini brisikan (a) kajian teori yang digunakan dalammelakukan penelitian kajian teori ini berisi tentang pemasaran, bauran pemasaran, pariwisata dan wisatawan (b) penelitian terdahulu, (c) kerangka berfikir penelitian. Kaitannya bab kedua dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjekaskan teori dari berbagai variabel yamh tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Bab III METODE PENELITIAN, di dalamnya memuat tentang (a) pendekatan dan jenis penelitian, (b) lokasi penelitian, (c) kehadiran

peneliti, (d) data dan sumber data, (e) teknik pengumpulan data, (f) terkinik analisis data, (g) pengecekan keabsahan data, dan (h) tahap-tahap penelitian. Bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengelolanya yang sesuai dengan judul skripsi.

Bab IV HASIL PENELITIAN, bab ini berisi tentang paparan data atau temuan yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan penelitian dan hasil analisis data. Paparan data tersebut diperoleh dari pengamatan wawancara dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. Dan juga penulis akan memberikan pemaparan atau analisis mengenai hasil temuan penelitian.

Bab V PEMBAHASAN, dalam bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian mengenai implementasi bauran pemasaran untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada objek wisata Ngerit Stone Park. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

Bab IV PENUTUP, bab ini berisi (a) kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan, serta (b) saran-saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap objek wisata tersebut.

### 3. Bagian akhir skripsi

Bagian akhir skripsi berisi tentang daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan skripsi.