

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di beberapa negara, industri pariwisata telah menjadi prioritas dan andalan bagi peningkatan dan pembangunan ekonomi. Apalagi bagi negara Indonesia dengan keindahan alam dan keragaman budayanya, yang bisa menjadi tujuan wisata utama negara ini. Setiap daerah di Indonesia memiliki keunikan dan ciri khas budaya yang dapat menjadi tujuan wisata yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Menurut data pada Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), dari Januari hingga Juni 2022, jumlah kunjungan wisman ke Negara Indonesia melalui pintu masuk utama mencapai 743,21 ribu kunjungan, naik 929,66 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman pada periode tahun 2021. Pariwisata sendiri masuk dalam penyumbang devisa terbesar ketiga di Indonesia setelah CPO dan batubara. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat, pendapatan devisa dari sektor pariwisata Indonesia mencapai US\$4,26 miliar pada 2022.



Gambar 1.1 Pendapatan sektor pariwisata Indonesia

Sumber: Data Indonesia.id

Gambar 1.1 menunjukkan nilai tersebut telah melonjak hingga 769,39% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang hanya sebesar US\$0,49 miliar.

Jawa Timur adalah satu dari bayaknya provinsi di Indonesia yang memiliki destinasi wisata beragam yang bisa dijadikan sebagai tujuan wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berwisata. Destinasi wisata yang ada di Jawa Timur terdapat di beberapa kabupaten atau kota mulai dari destinasi wisata pantai, gunung, air terjun, bukit, goa, serta destinasi wisata lainnya. Pada tahun 2022 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Jawa Timur naik sebesar 83.760,00 persen dibanding dengan jumlah wisman Agustus 2021. Kabupaten Nganjuk adalah salah satu kabupaten berada di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang menarik, dan tentunya menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Berikut jumlah kunjungan wisatawan 5 tahun terakhir di Kabupaten Nganjuk, dapat dilihat pada Tabel 1.1:

Tabel 1.1 Jumlah kunjungan Wisatawan di Kabupaten Nganjuk Tahun 2015-2019

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2015	275,198
2	2016	293,886
3	2017	288,112
4	2018	212,915
5	2019	355,609

Sumber: DISPARPORABUD Kabupaten Nganjuk.

Destinasi wisata di Kabupaten Nganjuk sangat beragam mulai dari wisata alam, budaya, sejarah, religi dan sebagainya. Berikut Objek wisata yang berada di Kabupaten Nganjuk:

Tabel 1.2 Objek wisata di Kabupaten Nganjuk

No	Wisata	No	Wisata
1	Air Terjun Roro Kuning	12	Makam Syech Syuluqi
2	Air Terjun Sedudo	13	Masjid Al Mubarak
3	Candi Banjarsari	14	Monumen Dr. Soetomo
4	Candi Lor	15	Monumen Jenderal Sudirman
5	Candi Ngetos	16	Museum Anjuk Ladang
6	Goa Mergo Tresno	17	Padepokan Langen Tayub
7	Makam Kanjeng Jimat	18	Prasasti Bangle
8	Makam Ki Ageng Aliman	19	Situs Condrogeni
9	Makam Malik Al Atos	20	Sri Tanjung Wisata Tirta
10	Makam Nduro	21	Taman Rekreasi Anjuk Ladang
11	Makam Pakuncen		

Sumber: DISPARPORABUD Kabupaten Nganjuk.

Dari sekian wisata yang ada di kabupaten Nganjuk salah satu wisata di Kabupaten Nganjuk yang sudah terkenal dan menarik wisatawan untuk berkunjung adalah Wisata edukasi dan bermain yaitu Taman Rekreasi Anjuk Ladang atau biasa disingkat TRAL. TRAL sendiri sangat sering dikunjungi oleh para wisatawan, hal ini dapat dilihat pada Tabel 1.3 jumlah presentase objek wisata yang sering dikunjungi wisatawan.

Tabel 1.3 Jumlah presentase wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kabupaten Nganjuk dari tahun 2020

No	Objek Wisata	Jumlah Presentase Wisatawan
1	Wisata Religi	43,60%
2	Air Terjun Sedudo	19,30%
3	Taman Rekreasi Anjuk Ladang	11,91%
4	Air Terjun Roro Kuning	10,21%
5	Wisata Budaya	9,22%
6	Goa Margo Tresno	5,77%

Sumber: DISPARPORABUD Kabupaten Nganjuk.

Bisa dilihat Taman Rekreasi Anjuk merupakan Objek wisata yang sering dikunjungi nomor 3 di kabupaten Nganjuk. Taman Rekreasi Anjuk Ladang merupakan objek wisata yang lokasinya berada kurang dari 2 km dari pusat kota,

TRAL sendiri dilengkapi dengan berbagai fasilitas yaitu *jogging track*, area perkemahan, *Food Court*, *Mini Zoo*, Taman Bermain, Panggung hiburan, area-area foto yang menaik, bahkan kolam renang. Buka Pukul 08.00 pagi hingga pukul 21.00 malam menjadikannya tempat wisata TRAL bisa dinikmati untuk semua kalangan.

Walaupun menjadi destinasi favorit dan memiliki fasilitas yang cukup lengkap, tidak menjamin Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) mendapatkan jumlah wisatawan yang banyak, bahkan terjadi penurunan jumlah wisatawan, Berikut jumlah kunjungan wisatawan ke Taman Rekreasi Anjuk Ladang:

Tabel 1.4 Jumlah kunjungan wisatawan ke objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL) tahun 2015-2019

No	Tahun	Jumlah Wisatawan
1	2015	74,810
2	2016	109,263
3	2017	109,513
4	2018	80,624
5	2019	73,858

Sumber: DISPARPORABUD Kabupaten Nganjuk.

Tabel 1.4 menunjukkan wisatawan di Taman Rekreasi Anjuk Ladang mengalami penurunan setelah tahun 2017. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada tanggal 24 Oktober 2022 penurunan jumlah wisatawan tak terlepas dari banyaknya keinginan wisatawan yang kurang terpenuhi, seperti dalam produk, harga, tempat dan juga promosi yang ada di TRAL, sehingga membuat wisatawan kurang puas. Pada produk di TRAL sendiri di dapati masih buruknya pengelolaan wisata yang masih belum tergarap seperti prasarana yang rusak pada patung yang kondisinya retak dan catnya pudar, kandang-kandang pada hewan yang dibiarkan kosong dan juga sudah berkarat, kolam renang yang tidak

terisi air dan hanya terisi sampah dedaunan, dan juga area tempat duduk yang sudah rusak.

Mengutip juga pada laman berita radarkediri.jawapos.com, menyatakan menurut salah satu wisatawan terdapat wahana yang sudah rusak Seperti perahu, patung, kemudian wahana perahu yang danaunya sudah mengering. Untuk kolam renang sebagai lomba sudah tidak bisa dipakai, dan ada keramiknya yang lepas. Untuk fasilitas lain seperti ayunan sudah berkarat dengan atapnya yang jebol. Tempat duduk sudah juga tidak bisa dipakai Karena sudah rusak parah, dan juga hewan-hewan disana kurang menarik, enam ekor rusa badannya kurus-kurus, monyet tinggal satu, dan terdapat kandang hewan-hewan yang butuh perbaikan. Dan hal ini membuat rasa tidak nyaman, dan khawatir. Walaupun sebagian sudah diperbaiki dan ditambah fasilitas baru, tapi masih saja TRAL sepi penunjung. Untuk harga masuk sendiri TRAL untuk beberapa orang masih dianggap mahal, harga masuk TRAL setiap satu orang entah dewasa atau anak-anak adalah Rp. 15.000 untuk *weekday* dan Rp.20.000 untuk *weekend*, harga tersebut belum termasuk untuk tempat wisata atau wahana lain didalamnya, berbanding terbalik dengan tempat wisata yang konsepnya hampir sama seperti Taman Rekreasi Anjuk Ladang dengan harga yang lebih murah bahkan ada yang gratis seperti Taman Pandan Wilis, Taman Gedhong Asri, Selopark dan lainnya.

Untuk masalah tempat sendiri lokasi TRAL sebenarnya sudah strategis karena berada di jalan raya utama menuju pusat kota, tapi hal ini kurang diketahui masyarakat dan hanya masyarakat sekitar nganjuk saja hal ini di karenakan kurangnya informasi seperti peta, penunjuk arah ataupun baliho, atau *banner* dan juga karena TRAL tertutup dengan penjual-penjual dan juga tempat

bermain anak-anak yang membuat letak TRAL tersembunyi, dan yang terakhir adalah masalah promosi bukan hanya kurang dalam baliho atau pamflet tapi TRAL juga belum ada website atau sosial media yang mempromosikan tentang Taman Rekreasi Anjuk Ladang sehingga membuat TRAL tidak diketahui dan diminati..

Dari permasalahan diatas diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Kepuasan wisatawan adalah faktor penting dalam perkembangan suatu destinasi wisata. Kepuasan adalah sebuah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Apabila wisatawan merasa puas dengan kunjungannya ke suatu tempat tujuan wisata, maka besar kemungkinan wisatawan tersebut akan kembali mengunjungi wisata tersebut dan merekomendasikannya ke orang lain. Sehingga kepuasan wisatawan secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah kunjungan dan akan berpengaruh baik terhadap perkembangan objek wisata tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah Bauran Pemasaran. Bauran pemasaran merupakan salah satu alat dalam bidang pemasaran yang dapat digunakan untuk mengembangkan jasa pariwisata khususnya destinasi wisata. Bauran pemasaran adalah perangkat yang menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dalam suatu industri dan dirancang untuk memuaskan segmen pasar (Vitha Wahyundari et al., 2015). Bauran pemasaran dapat digunakan oleh pengelola Taman Rekreasi Anjuk Ladang dalam mengembangkan dan mempromosikan Taman Rekreasi Anjuk Ladang. Mengetahui unsur bauran pemasaran pada wisata Taman Rekreasi Anjuk

Ladang yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, diharapkan pihak pengelola dapat memperbaiki unsur tersebut dan lebih memperhatikannya sehingga dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan, hal tersebut akan berpengaruh baik terhadap perkembangan Taman Rekreasi Anjuk Ladang yang sesuai dengan harapan-harapan yang diinginkan wisatawan, dan membuat wisatawan kembali, kemudian merekomendasikannya kepada orang lain (Kotler & Keller, 2016), agar nantinya bisa. membawa lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi Taman Rekreasi Anjuk Ladang.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
2. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
3. Apakah Tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
4. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
5. Apakah Bauran Pemasaran (Produk, Tempat, Harga dan Promosi) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui apakah Produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
3. Untuk mengetahui apakah Tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
4. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?
5. Untuk mengetahui apakah Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan wisatawan pada objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL)?

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta wawasan tentang mengetahui tentang pengaruh Bauran Pemasaran meliputi Produk, tempat, harga dan promosi terhadap kepuasan wisatawan ke Objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang (TRAL).

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi perpustakaan khususnya bagi jurusan Manajemen di Universitas Trunojoyo Madura.

3. Bagi Pengelola

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta informasi bagi pengelola obyek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang di Kabupaten Nganjuk dalam pengembangan objek wisata Taman Rekreasi Anjuk Ladang.