

BAB I

PENDAHULUAN

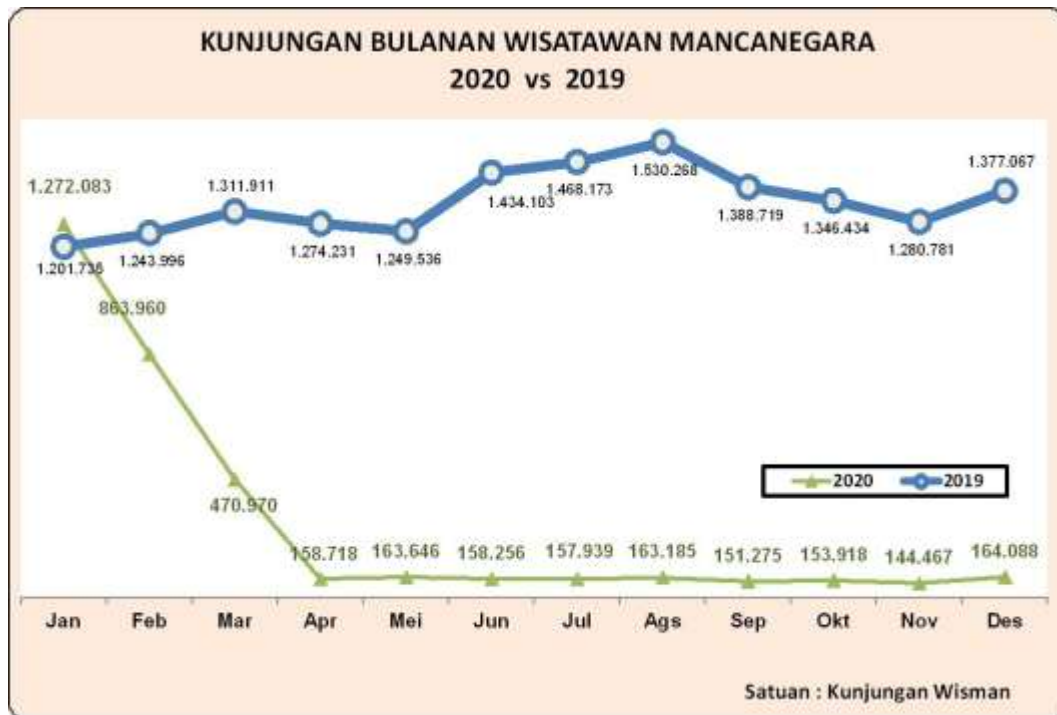
1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki beragam suku, budaya, ras, agama dan berbagai macam keindahan alam yang dapat dijumpai. Terlebih Indonesia memiliki beragam sektor yang dapat mengdongkrak devisa negara. Salah satunya adalah sektor pariwisata yang menjadi sumber teratas devisa negara. Masih ditemukan banyak sumber daya alam, budaya, kuliner dan pesona alam di berbagai daerah di Indonesia yang masih belum terkelola dengan baik bahkan masih belum diketahui oleh orang banyak dengan solusi pemerintah dibantu warga sekitar daerah yang bersangkutan bersatu untuk mengembangkan potensi tersebut sehingga pendapatan dari sektor pariwisata demi mengangkat jumlah devisa negara berjalan dengan baik. Potensi pada sektor pariwisata Indonesia sangat luar biasa banyak dan beragam, mulai dari pariwisata alam dan pariwisata adat atau kebudayaan. Hal ini terjadi karena Indonesia merupakan negara yang kaya akan suku dan adat di dalamnya, akan tetapi meskipun potensi sektor pariwisatanya sangat berlimpah namun masih banyak pariwisata di daerah yang belum mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah. Hal tersebut menyebabkan sektor pariwisata yang seharusnya menjadikan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke daerah tersebut masih belum maksimal pada proses pengelolaannya (Ferdinan dkk, 2018).

Menurut UU No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Wisata alam Indonesia sangatlah banyak dan mempesona, selain menyimpan berjuta pesona wisata alam nyabegitu indah, Indonesia juga kaya akan wisata budayanya yang terbukti dengan begitu banyaknya peninggalan-peninggalan sejarah serta keanekaragaman seni dan adat budaya masyarakat lokal yang menarik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara, sehingga dengan banyaknya potensi

yang dimiliki menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata. Daya tarik dalam obyek wisata merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki dalam upaya peningkatan dan pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata. Keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata merupakan mata rantai terpenting dalam suatu kegiatan wisata, hal ini disebabkan karena faktor utama yang membuat pengunjung atau wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata adalah potensi dan daya tarik yang dimiliki obyek wisata tersebut (Devy dkk, 2017).

Peranan sektor pariwisata nasional sangat penting sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk membangun ekonomi berkelanjutan di masa mendatang. Sektor pariwisata memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor pariwisata meliputi tempat rekreasi, hotel, restoran, dan angkutan serta akselerasi yang mendukung pertumbuhan industri pariwisata lainnya. Terhitung sejak awal 2020 aktivitas jumlah kunjungan wisatawan menurun. Hal ini dikarenakan banyak negara yang menghentikan penerbangan dan menerapkan lockdown pada wilayahnya. Pemberlakuan pembatasan sosial juga berdampak pada aktivitas ekspor dan impor pada negara-negara. Dampak dari wabah covid-19 ini begitu banyak merugikan berbagai pihak pelaku ekonomi. Berikut kunjungan bulanan wisatawan mancanegara.



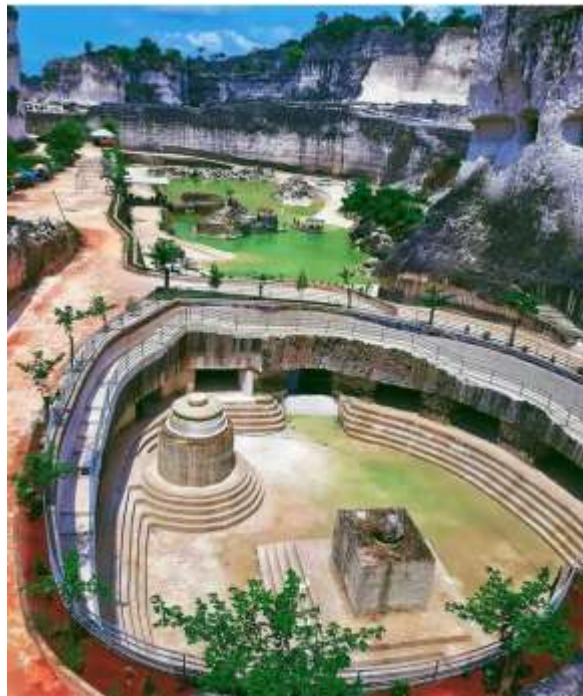
Gambar 1.1 Kujuangan wisatawan mancanegara (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)

Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan atau mengalami penurunan sebesar 74,84% dibandingkan tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600 kunjungan.

New normal terhadap pariwisata sudah dijalani dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang (protokol kesehatan bagi masyarakat) di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan dan pengendalian Covid-19, sehingga UMKM, pariwisata dan ekonomi kreatif berjalan dan memulai aktifitasnya masing-masing dengan protokol kesehatan yang telah ditetapkan dan diterapkan. Dalam melakukan minat berkunjung terhadap pariwisata dibutuhkan Strategi promosi, Harga, dan Kualitas pelayanan yang sangat tepat guna meningkatkan kemungkinan keberhasilan atas apa yang dilakukan oleh pihak pariwisata untuk mengembalikan image yang baik kepada masyarakat Bangkalan sehingga masyarakat dapat kembali mengunjungi pariwisata di masa era *new normal*.

Menurut Bulan (2019), strategi promosi adalah salah satu bauran pemasaran yang berguna untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan kembali kepada konsumen akan produk ataupun merek perusahaan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap minat berkunjung bagi wisatawan, terhadap objek wisata. Kualitas pelayanan memberikan dampak secara langsung kepada pengunjung. Begitupun terhadap harga, yang dimana setiap pengunjung menginginkan tarif harga sesuai dengan apa yang mereka dapatkan dan dirasakan dari fasilitas ditempat wisata tersebut. Membandingkan harga beberapa tempat wisata sudah menjadi hal umum yang terjadi. Penyedia objek wisata harus memperhatikan harga yang diberikan.

Bukit Jaddih merupakan salah satu pariwisata yang berada di pulau madura kabupaten bangkalan, bukit kapur ini adalah rumah bagi bekas penambangan batu kapur bernama Bukit Jaddih. Bukit Kapur Jaddih berjarak 27 mil dari kota Surabaya melalui jembatan terpanjang di Indonesia, Jembatan Suramadu. Kawasan ini merupakan gundukan tambang batu kapur besar, luas 500 hektare, terletak di tiga desa yaitu Jaddih, Rabasan, dan Parseh. Bekas luka di bukit batu kapur yang dibuat oleh mesin pertambangan membuat terlihat fotogenik di bukit putih ini.



Gambar 1.2 Wisata bukit jeddih

Bukit Jaddih ini mirip dengan Kapadokia, sebuah kawasan wisata populer di Turki. Warna kecokelatan pada bukit kapur Jaddih serupa dengan batu-batu bersejarah di kawasan Kapadokia. Kawasan Bukit Jaddih dikelilingi pepohonan yang memberi kesan sejuk pada kawasan wisata ini.

Pada saat pandemi covid 19 wisata bukit jeddih mengalami lockdown yang telah diterapkan oleh pemerintah setempat untuk mengurangi jumlah peningkatan penyebaran virus Covid 19, sehingga jumlah pengunjung mengalami penurunan yang sangat drastis. Maka berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di jabarkan oleh penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Strategi Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan Masa Pandemi Covid-19”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

- a. Apakah Strategi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19?
- b. Apakah Strategi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19?
- c. Manakah variabel yang berpengaruh lebih dominan terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan maka dihasilkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui Apakah Strategi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19

- b. Untuk mengetahui Apakah Strategi Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19
- c. Untuk mengetahui Manakah variabel yang berpengaruh lebih dominan terhadap Minat Berkunjung Bukit Kapur Jeddih Bangkalan pada masa pandemi Covid 19.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan maka dihasilkan manfaat penelitian sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi sebagai wawasan dan referensi karya tulis ilmiah dengan topik yang serupa.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk pihak wisata Bukit Kapur Jeddih Bangkalan sebagai masukan dalam mempertahankan kualitas pelayanan di masa *new normal*.

1.5 Batasan Masalah

Agar dalam penelitian ini pembahasannya tidak menimpang atau keluar dari konteks yang diteliti, maka penulis hanya membatasi dalam penelitian ini hanya terkait dengan strategi promosi, harga, dan kualitas pelayanan serta peningkatan pengunjung di lokasi wisata Bukit Kapur Jeddih Bangkalan dan tidak membahas biaya operasional penelitian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan merupakan awal dari sebuah penyusunan laporan tugas akhir. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II Tinjauan Pustaka merupakan bab yang menjelaskan tentang teori-teori dari sumber yang terpercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Teori-teori yang ditulis adalah sebagai bahan referensi dan pendukung yang dapat membantu dalam penulisan tugas laporan tugas akhir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III Metode Penelitian berisi tentang metode-metode dalam penelitian yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV Hasil dan Pembahasan berisi tentang hasil pengolahan data dengan metode-metode yang telah digunakan pada Bab III sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V Kesimpulan dan Saran merupakan bab terakhir dalam sistematika penulisan laporan tugas akhir. Pada bab ini menyimpulkan tentang apa yang dibahas pada Bab IV sebelumnya yang kemudian memberikan saran sebagai pengembangan untuk penelitian selanjutnya.