

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi pengembangan industri pariwisata yang sangat besar, karena saat ini pariwisata khususnya di Indonesia berkembang pesat. Pengembangan pariwisata akan berdampak pada pendapatan negara, mampu memperluas peluang usaha, dan menciptakan lapangan kerja yang baru dalam menangani masalah pengangguran di masing-masing daerah.

Kegiatan pariwisata merupakan satu sistem yang tidak dapat dipisahkan antara tujuan wisata dan wisatawan. Tempat pariwisata terdiri dari sisi permintaan dan sisi penawaran, sisi permintaan adalah orang yang mempunyai keinginan untuk berwisata, dan orang yang melakukan perjalanan disebut wisatawan. Adapun Sisi penawaran meliputi komponen transportasi, tempat wisata, pelayanan dan informasi/promosi.

Pembangunan kepariwisataan adalah segala kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan segala sarana dan prasarana, barang dan jasa yang diperlukan, serta melayani wisatawan. Kegiatan dan pengembangan pariwisata mencakup semua aspek kehidupan suatu negara, dan harus dikelola dengan baik dan dikembangkan di sektor-sektor yang menjadi sasaran pariwisata jika ekonomi, masyarakat, dan lingkungan ingin ditingkatkan.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di dunia dengan potensi objek wisata yang cukup besar, sehingga apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik dapat dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi yang dapat dengan cepat menghasilkan devisa (*quick yielding*) bagi negara. Jika suatu objek wisata dapat dilihat sebagai bahan industri, maka bahan bakunya tidak akan pernah habis, tidak seperti yang terdapat pada wisata lainnya. Pengelolaan dan pengembangan objek wisata daerah juga dapat dijadikan sebagai katalis bagi pengembangan sektor lain yang masih relevan dengan pariwisata, seperti: kamar yang tersedia untuk menginap (hotel), kuliner, pariwisata (agen perjalanan), dan kerajinan tangan, sehingga sehingga dapat menciptakan lapangan kerja, sehingga meningkatkan perekonomian rakyat.

Pariwisata adalah bagian dari budaya masyarakat dan bagaimana menghabiskan waktu luangnya. Kegiatan wisata pada umumnya bersifat menyenangkan, karena wisata merupakan sarana hiburan untuk melepas penat. Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Salah satu tempat wisata tersebut adalah Kota Bogor (Bahasa Sunda: translit. Kota Bogor, Bahasa Belanda: Buitenzorg) adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak 59 kilometer persegi di selatan Jakarta, dan wilayahnya terletak di bagian tengah Kabupaten Bogor. Pada tahun 2021, jumlah penduduk Kota Bogor sebanyak 1.075.457 jiwa dengan kepadatan 9.075 jiwa/km². Bogor dikenal sebagai Kota Hujan, yang terdiri dari 6 Kecamatan dan 68 Kelurahan.

Kota Bogor mempunyai beberapa tempat wisata yang dapat dikunjungi sebagai tempat wisata sekaligus edukasi seperti Istana Bogor, *The Jungle*, *De Voyage*, Alun-Alun Kota Bogor, Taman Kencana, Lapangan Sempur, Situ Gede, Kebun Raya Bogor dan salah satu objek wisata baru yaitu Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja. Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja terletak di Kampung Ciharashas RT. 006/001 Kelurahan Mulyaharja Kecamatan Bogor Selatan berjarak hanya 10 Km dari alun alun Kota Bogor, di Ciharashas memiliki sumber daya alam yang sudah ada sejak tahun 1990 yaitu hamparan sawah seluas 30,4 ha yang digunakan untuk area bertani dan menjadi sumber mata pencaharian utama masyarakat sekitar, karena letak geografisnya yang sangat strategis dari area Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja.



Gambar 1. 1 Kawasan Wisata Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja

View yang disuguhkan sangatlah memanjakan mata, yaitu area pegunungan dan bukit dengan view kota bogor serta hamparan sawah yang membentang luas. Untuk itu tim komunitas penggiat wisata di Mulyaharja mengembangkan agrowisata yang mulai dibuka untuk umum tahun 2020. Adapun jumlah tiket yang terjual dalam 6 bulan terakhir ada pada Tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Tiket Wisata AEWO Periode September 2022-Februari 2023

Bulan (Tahun)	Jumlah (Tiket)
September 2022	1.515 Tiket
Oktober 2022	1.191 Tiket
November 2022	1.438 Tiket
Desember 2022	2.454 Tiket
Januari 2023	3.051 Tiket
Februari 2023	1.470 Tiket
Total	11.119 Tiket

Sumber : Manajemen Operasional Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja (2023)

Dari data penjualan tiket diatas bisa dilihat jika bulan Desember 2022 dan Januari 2023 adalah pengunjung yang terbanyak dikarenakan kondisi wisata yang bisa menyuguhkan pemandangan persawahan yang bagus untuk dinikmati dan berswafoto oleh para pengunjung, sedangkan di bulan lainnya bisa dikatakan lebih sedikit dikarenakan kondisi persawahan yang baru ditanam padi atau lahan yang gundul sehingga pemandangan yang ada kurang bagus.

Kelurahan Mulyaharja dengan konsep yang dipilih yaitu “kampung wisata yang berbasis pemberdayaan masyarakat, bertujuan untuk meningkatkan ekonomi dan pendapatan asli daerah yang sadar akan pelestarian lingkungan, yang mana pengunjung dapat terlibat langsung dalam pengelola pertanian, perikanan, peternakan serta dapat menikmati suasana alam pertanian dan perkebunan melalui konsep *Hiking*, *Tracking* menyusuri keindahan alam, *Running* dan *Cycling*. Kampung Ciharashas dikembangkan menjadi destinasi agro edu wisata organik untuk meningkatkan taraf perekonomian masyarakat dimasa pandemi Covid-19 dengan melibatkan keguyuban antara pemerintah, kelompok peduli, warga dan petani dalam mendukung perkembangan agro wisatanya. Keterlibatan masyarakat dan petani ini sangat dibutuhkan dalam keberlangsungan agro wisata.

Dalam hal harga di Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja, penulis menganggap bahwa harga tersebut bisa dibilang murah dibandingkan wisata lainnya, akan tetapi yang jadi permasalahan adalah ketika para pengunjung sudah membayar tiket masuk, apakah sesuai dengan harapan nya dengan menyuguhkan pemandangan hamparan sawah yang sangat indah atau pemandangan yang kurang bagus dikarenakan sawah yang baru saja di panen, sehingga pemandangan menjadi gundul atau belum sesuai ekspektasi/harapan.

Jika dikaitkan dengan promosi dimana sebenarnya menurut manajemen Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja, promosi sudah dilakukan secara maksimal, hanya di media sosial.promosi juga dibutuhkan untuk meningkatkan pengunjung dengan tujuan mengenal dan mengetahui lokasi wisata, maka dari itu promosi bisa menjadi kegiatan yang memperkenalkan suatu tempat yang ditawarkan oleh manajemen kepada wisatawan salah satunya dengan ber-iklan atau brosur yang menarik, hal ini bisa menyebabkan hal positif bagi wisatawan untuk berkunjung ,mengingat promosi ini begitu penting maka manajemen harus meningkatkan promosi untuk meyakinkan wisatawan bahwa wisata yang mereka tawarkan punya nilai unggul dibanding dibanding pesaing. Manajemen Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja belum mempunyai tim khusus yang ditugaskan untuk mempromosikan kawasan wisata selain di media sosial. Tim Manajemen akan selalu terus mempromosikan wisata ini agar semakin dikenal baik di tingkat Jawa Barat dan Indonesia.

Salah satu yang perlu diperhatikan pada usaha pariwisata yaitu bagaimana fasilitas pendukung di tempat wisata tersebut yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa merupakan faktor yang menentukan pilihan, pilihan konsumen untuk berkunjung ke tempat wisata. Fasilitas objek wisata yang menarik dan sesuai dengan trend yang sedang di minati konsumen yang menjadi daya tarik bagi konsumen untuk berkunjung dan menikmati fasilitas tersebut, tidak hanya itu kebersihan dan kelancaran dan jaminan keamanan dari fasilitas juga menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen untuk berkunjung. Lahan parkir kendaraan yang sangat terbatas, untuk hari biasa keadaan tersebut masih bisa diatasi namun saat akhir pekan yang terjadi para pengunjung memarkirkan kendaraannya, sehingga halaman rumah dijadikan alternative parker. Selain itu, dari sisi kenyamanan dan dukungan fasilitas penunjang seperti mushola, dan beberapa saung yang berbayar.

Dalam hal lokasi, untuk tempat wisata sangat penting sekali, karena agar bisa mudah dijangkau oleh masyarakat pada umumnya. Lokasi wisata ini berada di ujung selatan kota Bogor, jalan yang tidak besar dan tidak adanya kendaraan umum yang melewati sampai depan lokasi wisata menjadi masalah yang penting bagi para wisatawan yang memakai kendaraan umum. Hal ini berpengaruh untuk keberlangsung bisnis wisata, pada dasarnya lokasi ini harus diperhatikan dengan mempertimbangkan keberadaan wisata lainnya yang mudah diakses oleh wisatawan.

Dalam hal kualitas pelayanan, kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Manajemen yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan wisatawan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap wisatawan agar wisatawan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan wisatawan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan wisatawan akan terwujud.

Melihat uraian di atas maka penulis sangat tertarik untuk mencari tahu sebenarnya faktor apa sajakah yang mampu mempengaruhi kepuasan berkunjung sehingga manajemen Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja dapat membuat strategi pemasaran yang tepat dalam upaya mempertahankan pengunjung. Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Adapun judul penelitian yang akan penulis lakukan adalah **Pengaruh Harga, Promosi, Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung di Kawasan Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja.**

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Harga yang ditetapkan oleh Manajemen AEWO Mulyaharja belum memenuhi kepuasan berkunjung di kawasan wisata Mulyaharja disebabkan kondisi tempat yang belum sesuai ekspektasi atau harapan.
2. Promosi yang sudah dilakukan belum memenuhi standar yang diharapkan oleh wisatawan dikarenakan monoton dan tidak ada ragamnya.
3. Fasilitas yang sudah ada di kawasan AEWO Mulyaharja belum memenuhi kebutuhan wisatawan disebabkan oleh masih adanya beberapa fasilitas pendukung yang belum lengkap.
4. Lokasi wisata di AEWO Mulyaharja belum tentu memenuhi standar yang diharapkan oleh wisatawan.
5. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh AEWO Mulyaharja belum tentu memenuhi standar yang diharapkan oleh wisatawan.
6. Belum ada penelitian yang dilakukan sebelumnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, promosi, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan berkunjung di kawasan Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja.

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja bahwa permasalahan cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Harga, Promosi, Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Berkunjung ke Agro Edu Wisata Organik Mulyaharja.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan harga, promosi, fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?
2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?

3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?
4. Apakah secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?
5. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?
6. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, promosi, fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.
2. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.
6. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan berkunjung ke AEWO Mulyaharja.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai masukan yang bermanfaat oleh para KOMPEPAR (Kelompok Penggerak Pariwisata) Mulyaharja.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang

berkaitan dengan harga, promosi, sarana dan prasarana, lokasi dan kualitas pelayanan serta kepuasan berkunjung.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan jurnal yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.