

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini orang membutuhkan sesuatu yang baru yang lebih berkesan daripada beristirahat di rumah ketika mereka pulang dari kerja atau liburan. Mengingat perkembangan era globalisasi, sudah menjadi keharusan bagi wisatawan untuk membuka atau mewujudkan semua kegiatan sehari-hari mereka.

Pada saat ini berwisata sudah menjadi trend dan kebutuhan manusia yang sangat penting. Walaupun termasuk kebutuhan sekunder, namun kegiatan ini sangat membantu seseorang menghilangkan kejenuhan dan menyegarkan pikiran agar semangat untuk menghadapi rutinitas harian yang padat dan memerlukan konsentrasi tinggi. Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang serta tujuan-tujuan lainnya (Koen Meyers, 2009).

Terdapat banyak tempat tujuan wisata untuk dikunjungi di negara Indonesia mulai dari tempat-tempat yang unik, panorama alam yang menakjubkan, bangunan peninggalan-peninggalan sejarah yang masih bisa dinikmati keindahannya maupun situs-situs bersejarah, sampai ciri khas budaya yang menjadi andalan sektor pariwisata. Hal tersebut sejalan dengan kekayaan yang dimiliki oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia mulai dari Sabang sampai dengan Merauke. Dengan adanya perkembangan dalam dunia pariwisata, kecenderungan

para pelaku pariwisata untuk melakukan kegiatan yang bersifat alami menjadi lebih diminati sekarang ini. Terdapat banyak wisata alam yang ditawarkan kepada wisatawan untuk kegiatan wisatanya, seperti melakukan kegiatan berkemah (*camping*), *outbound*, *ecotourism*, dan lain sebagainya. Dengan melakukan kegiatan wisata alam, dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan untuk keberlangsungan di kehidupan mendatang.

Potensi sumberdaya pesisir dan laut di Indonesia begitu beragam baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Potensi ini dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan Negara Indonesia. Indonesia sebagai negara kepulauan yang terdiri dari 17.506 pulau dengan pantai sepanjang 81.000 km dan laut seluas 5,8 juta km², memiliki potensi kelautan dan perikanan yang luar biasa dan nyaris tidak tertandingi. Potensi tersebut seharusnya memberikan sumber penghidupan yang layak bagi masyarakat yang menjadikannya sebagai mata pencaharian. Namun dalam kenyataannya, kualitas hidup mereka justru masih sangat jauh jika dibandingkan dengan masyarakat yang memanfaatkan potensi sumber daya alam lainnya.

Salah satu sektor yang dapat menyelaraskan berbagai tujuan pembangunan tersebut adalah pengembangan wisata bahari wilayah pesisir. Jenis wisata ini merupakan salah satu bentuk pariwisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Pengembangan wisata bahari wilayah pesisir membuka peluang bagi masyarakat pantai sehingga aktivitasnya tidak hanya menangkap ikan, tetapi juga melakukan kegiatan yang terkait dengan kunjungan wisatawan seperti penyediaan jasa transportasi perahu tradisional (*sailing*), menyelam di permukaan air (*snorkling*), menyelam ke dalam air (*diving*), memancing (*fishing*), *Camping*, berjalan-jalan di laut dan sebagainya.

Sektor pariwisata merupakan sektor ekonomi yang penting di Indonesia. Menurut data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia (2011), pada tahun 2010, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 7.002.944 orang atau meningkat sebesar 10,74% dibandingkan tahun sebelumnya. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki banyak potensi alam baik di daratan maupun di lautan. Indonesia sebagai negara maritim potensi perairan yang sangat melimpah.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi di Indonesia dengan kekayaan dan sumber daya alamnya yang melimpah baik dari segi kelautan maupun objek wisata yang lainnya. Letaknya yang di ujung selatan pulau Sumatera, Lampung memiliki pesona pesisir pantai yang eksotis. Hal ini di buktikan dengan jumlah wisatawan domestik di Provinsi Lampung yang meningkat di setiap tahunnya. Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan domestik Provinsi Lampung.

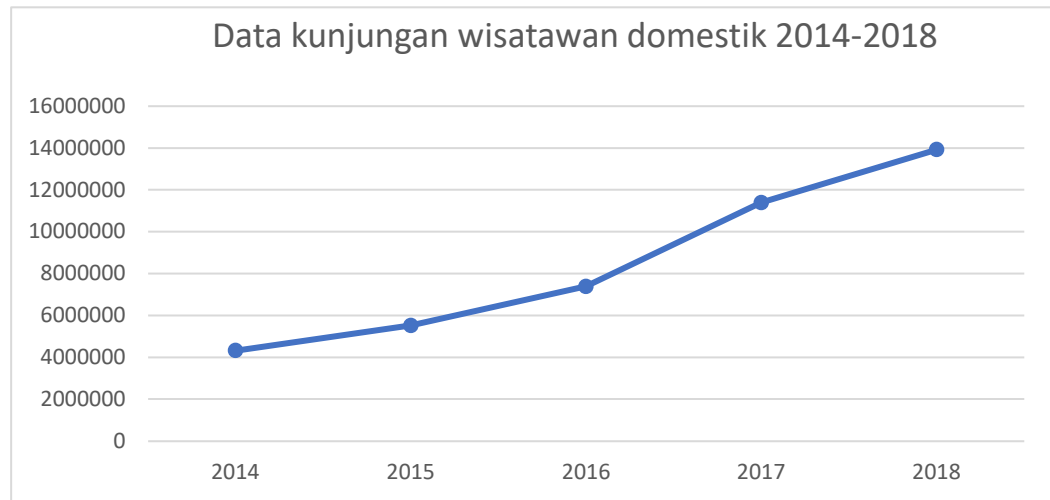
Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Domestik Provinsi Lampung Tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Domestik
1.	2014	4.327.188
2.	2015	5.530.803
3.	2016	7.381.774
4.	2017	11.395.827
5.	2018	13.933.207

Sumber data diolah : BPS Lampung, 2023.

Berdasarkan tabel data kunjungan wisawatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung didapatkan informasi bahwa kunjungan wisatawan lokal pada tahun 2014 yakni 4.327.188, kemudian pada tahun 2015 meningkat menjadi 5.530.803, pada tahun 2016 terjadi peningkatan menjadi 7.381.774. Pada tahun 2017 terjadi peningkatan yang cukup signifikan yakni total pengunjung domestik menjadi 11.395.827 dan pada tahun 2018 terjadi peningkatan pengunjung menjadi 13.933.207. Untuk melihat tren pergerakan peningkatan

jumlah wisatawan yang berkunjung ke Provinsi Lampung pada periode 2014-2018 disajikan pada grafik berikut ini :



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Wisatawan

Berdasarkan grafik kunjungan wisatawan domestik yang berkunjung ke Provinsi Lampung mengalami peningkatan untuk setiap tahunnya. Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung maupun yang melakukan kunjungan ulang ke objek pariwisata Lampung menjadi sebuah fenomena yang cukup menarik diteliti. Meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Objek wisata Provinsi Lampung menjadi sebuah tantangan bagi pihak pengelola objek wisata terutama Pemerintah provinsi Lampung untuk terus meningkatkan jumlah kunjungan dan menciptakan kunjungan kembali wisatawan ke objek wisata Provinsi Lampung. Selain itu, dibalik meningkatnya kunjungan wisatawan di Provinsi Lampung, terdapat suatu harapan dari wisatawan tersebut saat memutuskan untuk memilih Provinsi Lampung sebagai destinasi wisata, dan pemerintah Provinsi Lampung sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap peningkatan jumlah wisatawan di Provinsi Lampung harus mengetahui harapan yang mempengaruhi wisatawan saat memutuskan berkunjung guna menciptakan strategi-strategi untuk meningkatkan pariwisata di Provinsi Lampung. Konteks

pemasaran pariwisata, memahami harapan wisatawan merupakan sesuatu yang sangat penting karena harapan secara signifikan dapat memengaruhi proses pilihan wisata serta pengalaman yang akan dirasakan (Gnoth,1997).

Dengan demikian bisa dikatakan bahwa wisatawan berkunjung ke Pantai di Provinsi Lampung karena pemandangannya yang tidak biasa dan masih asri. Promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam produk atau jasanya. Semakin sesuai promosi dengan harapan konsumen maka keputusan pembelian akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Azhar (2020) yang menyatakan bahwa promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Perkembangan arus informasi, sehingga konsumen dapat menyerap informasi dan pengetahuan tentang keberadaan suatu produk dengan cepat. Berdasarkan penelitian Warikil, Mananeke & Tawas (2015) dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dilakukan berdasarkan dengan apa yang telah konsumen pertimbangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Urgensi dari penelitian ini adalah penulis ini mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan wisatawan berkunjung berdasarkan kondisi dan situasi yang terdapat di Pantai di Lampung yang mana hal ini dimaksudkan agar pengunjung Pantai di Lampung semakin meningkat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik mengambil judul skripsi “**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Pantai di Lampung**” yang diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh bauran pemasaran dan keputusan wisatawan dalam berkunjung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah produk mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
2. Apakah tempat mempengaruhi terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
3. Apakah harga mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
4. Apakah promosi mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
5. Apakah orang mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
6. Apakah proses mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?
7. Apakah bukti fisik mempengaruhi tingkat keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.
2. Untuk menganalisis pengaruh tempat terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.

3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.
5. Untuk menganalisis pengaruh orang terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.
6. Untuk menganalisis pengaruh proses terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.
7. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap keputusan wisatawan dalam kunjungan ke Pantai di Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran guna menambah wawasan bagi penulis dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya bauran pemasaran dan keputusan wisatawan dalam berkunjung.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini, yaitu :

a. Bagi Universitas Teknokrat Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai bauran pemasaran dan keputusan wisatawan dalam berkunjung ke Pantai di Lampung, serta sebagai referensi bagi kepentingan keilmuan dalam mengatasi masalah yang sama atau terkait untuk dimasa yang akan datang.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perusahaan dalam merencanakan dan mengevaluasi strategi pemasaran agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke pantai di Lampung.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Adapun ruang lingkup dan Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada wisatawan lokal yang berkunjung ke pantai di Lampung.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik terhadap keputusan wisatawan yang berkunjung ke pantai di Lampung.