

BAB I

PENDAHULUAN

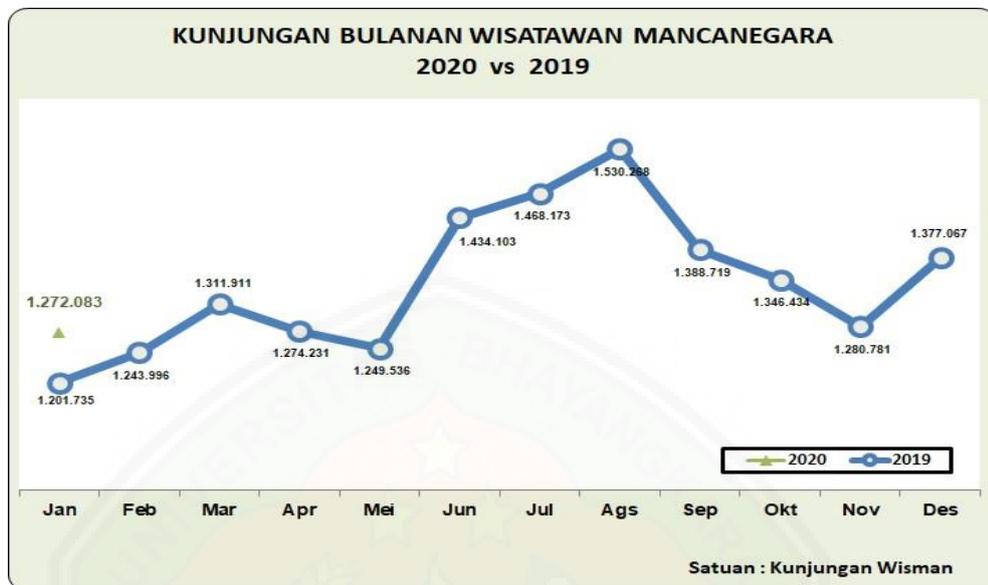
1.1 Latar belakang

Pada era saat ini kegiatan memajukan pariwisata sedang gencar-gencarnya dilakukan di setiap Negara, Seiring bertambahnya jumlah para wisatawan setiap tahunnya. Dengan adanya pariwisata disuatu wilayah dapat mengundang wisatawan baik di dalam negeri maupun wisatawan dari luar negeri untuk berkunjung kesuatu wilayah yang memiliki objek wisata. Oleh sebab itu pariwisata memiliki potensi yang sangat besar untuk memajukan suatu perekonomian disuatu wilayah..

Dengan adanya kegiatan pariwisata dapat memperluas dan meratakan kesempatan berusaha bagi masyarakat, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha disuatu wilayah bahkan dapat meningkatkan pendapatan pemerintah dan tidak hanya itu dengan adanya pengelolaan serta peningkatan pada objek pariwisata berarti kita sebagai manusia telah menjalankan tugas yang diberikan Tuhan kepada manusia yaitu menjadi pemimpin bagi semua makhluk yang ada di muka bumi ini, Agar dapat mengelola dan menggunakan nikmat-nikmat yang Tuhan berikan dengan baik dan benar karena manusia merupakan makhluk Tuhan yang berakal. serta masih banyak lagi kelebihan-kelebihan yang akan di peroleh apabila disuatu wilayah memiliki objek pariwisata.

Dengan mengetahui potensi besar yang ada pada kegiatan pariwisata terhadap kegiatan perekonomian suatu Negara, pemerintah Indonesia juga sedang mencanangkan peningkatan-peningkatan terhadap objek wisata di Indonesia. Objek wisata Di Indonesia sangatlah banyak dan berpotensi, Negara Indonesia memiliki tempat-tempat wisata yang sangat indah dan beragam, karena Indonesia merupakan Negara yang memiliki alam yang cukup luas, memiliki beribu-ribu pulau, hamparan laut yang luas dan gunung-gunung yang banyak. Hal ini menjadi modal yang sangat besar bagi Negara Indonesia untuk memajukan objek pariwisatanya.

Peningkatan wisatawan di dunia setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan terutama wisatawan mancanegara yang berwisata ke Indonesia. Berikut ini adalah data wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia.



Sumber : Kementerian Pariwisata Indonesia

Gambar 1.1 Data kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia

Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk bulan januari 2020 berjumlah 1.272.083 kunjungan atau mengalami pertumbuhan sebesar +5,85% dibandingkan bulan januari 2019 yang berjumlah 1.201.735 kunjungan. Bukan tidak mungkin kenaikan jumlah pengunjung setiap tahunnya akan selalu meningkat di karenakan Indonesia merupakan Negara yang banyak memiliki objek wisata yang dapat memukau mata. Hampir disetiap daerah yang ada di Indonesia memiliki objek wisata yang unik dan beragam salah satunya di daerah Bekasi.

Bekasi merupakan kota metropolitan yang cukup besar dan cukup padat. Bekasi memiliki beberapa objek wisata yang cukup menarik untuk dikunjungi karena memiliki keunikan dan keindahan alam tersendiri. Berikut beberapa tempat wisata yang ada di Bekasi.

Table 1.1 Rating tempat wisata di Bekasi

No	Tempat wisata	Rating	Jumlah perrating
1	Kawung Tilu	4.1	1.234
2	Jembatan Cinta	4.1	2.351
3	Taman Sehati	4.3	6.357
4	Taman Buaya	3.9	1.463

Sumber: Google Reviews

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan Objek wisaata alam Kawung Tilu mendapat jumlah perrating paling sedikit yaitu sejumlah 1.234 perrating. Jumlah ini paling sedikit dibanding objek wisata lain yang ada di Bekasi. Hal ini menunjukkan bahwa masih kurang populernya objek Wisata Kawung tilu dibanding objek wisata lain yang ada di Bekasi.

Objek Wisata alam Kawung Tilu di dirikan pada tanggal 17 november 2018. Kawung Tilu berasal dari kata Kawung yang memiliki arti sebuah pohon Kawung berjumlah tiga. Selama ini di Cikarang tidak ada tempat rekreasi dengan kahadiran Kawung Tilu Bojong rangkas ini diharapkan menjadi destinasi wisata baru. Sudah pastinya warga akan mencari objek wisata terdekat dibandingkan wisata yang jauh. Sebab, wisata alam ini berada diperbatasan antara Cikarang dan Karawang.

Saat ini wahana dan fasilitas wisata Kawung Tilu belum memadai. Namun, dengan ukuran wisata yang masih baru sudah lumayan bagus. Apalagi wisata Kawung Tilu ini berdiri tanpa campur tangan dari pemerintah. Pemandangan yang bisa dinikmati di wisata Kawung tilu yaitu taman wisata dengan pohon pinus yang berjajar rapih dan di perindah dengan di pasanginya tulisan-tulisan kekinian tentang percintaan, komedi dan motivasi di beberapa tempat serta dibuatnya fasilitas berfoto yang romantis oleh pengelola. hal ini mengundang daya tarik wisatawan generasi milenial untuk berkunjung ke objek wisata kawung tilu karena keunikan tersebut. Disini pengunjung dapat berswa foto diatas perahu dengan *landscape* sungai Cibeet. Pengunjung juga dapat bermain dengan rusa dan domba yang menjadi *icon* yang berada di Kawung Tilu. Sehingga, wisata ini disuguhkan bagi masyarakat yang ingin berwisata dengan

biaya yang terjangkau. Dengan adanya wisata Kawung Tilu ini dapat meningkatkan perekonomian warga setempat, serta memberikan tempat usaha berupa warung/kios untuk menambah penghasilan perekonomian warga setempat.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan peneliti pada saat memenuhi tugas Manajemen Ekowisata, wisata Kawung Tilu masih memiliki kendala salah satunya yaitu akses menuju lokasi yang masih sulit terjangkau, dilihat dari akses jalan yang masih terpencil. Selain itu kurangnya perhatian pemerintah dalam memberikan bantuan untuk kemudahan akses jalan. Oleh sebab itulah peneliti ingin melakukan penelitian mengenai objek Wisata Kawung Tilu. Menurut Trihatmodjo dalam (Rossadi dan Widayati, 2018) bahwa aksesibilitas adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut. Hal yang harus menjadi perhatian penting untuk memajukan objek wisata yaitu bauran promosi. Menurut Febryan Sandy *et al.*, dalam (Hadita, 2019) Bauran Promosi adalah unsur khusus periklanan, penjualan, personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran promosi menjadi faktor penting bagi kemajuan suatu objek wisata, Di dalamnya memiliki tujuan untuk menginformasikan dan mempengaruhi serta membuat tertarik para wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Para pengelola Objek wisata Kawung Tilu telah mempromosikan di berbagai media seperti media social, brosur, spanduk-spanduk dan promosi langsung dari mulut ke mulut, Namun promosi yang di lakukan masih kurang efektif dilakukan karna masih banyak kekurangan atau keterbatasan-keterbatasan terhadap promosi yang di lakukan oleh pengelola objek wisata Kawung Tilu. Hal ini menyebabkan objek wisata Kawung Tilu masih kurang populer bagi para wisatawan.

Di dalam kegiatan pariwisata, manajemen pemasaran sangatlah di andalkan untuk menumbuhkan minat berkunjung para wisatawan. Bagus atau buruknya kegiatan manajemen pemasaran sangat berpengaruh kepada minat berkunjung para wisatawan. Menurut Gagah Bimo Setyo Putra *et al.*, dalam (Hadita, 2019) Minat berkunjung adalah dorongan untuk memotivasi seseorang untuk mengambil tindakan. Perlu adanya kepiawaian bagi pengelola objek wisata

untuk menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata Kawung tilu. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat berkunjung seseorang ke wisata alam biasanya karena ingin melihat sesuatu yang baru dan ingin merasakan Suasana alam yang menyejukan serta ingin menyegarkan pikiran dari kesibukan.

Disini peneliti menyimpulkan terdapat masalah-masalah yang ada pada objek wisata Kawung Tilu yaitu, akses jalan ke lokasi yang belum memadai, sehingga menyebabkan para pengunjung yang menggunakan kendaraan roda empat atau lebih sulit untuk masuk kedalam objek wisata Kawung tilu. Dan juga masih kurangnya efektivitas kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata Kawung Tilu. Hal ini apabila di biarkan bisa menyebabkan menurunnya minat wisatawan berkunjung serta tidak berkembangnya objek wisata Kawung Tilu. Maka dari itu perlulah penanganan yang serius dari pihak terkait supaya pengembangan objek wisata ini dapat membawa kemaslahatan bagi banyak pihak. Oleh karena itu Peneliti ingin meneliti apakah benar bahwa faktor bauran promosi dan lokasi dapat mempengaruhi minat berkunjung para wisatawan. Di karenakan mayoritas pengunjung objek wisata alam Kawung Tilu adalah kaum generasi milenial, maka peneliti hanya ingin lebih fokus meneliti kepada responden kaum generasi milenial saja.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti sangat ingin melakukan penelitian tentang “ **pengaruh bauran promosi dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung generasi milenial ke objek wisata Kawung Tilu** “.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dituliskan diatas, maka penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Bauran Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu ?
2. Apakah Aksesibilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu ?
3. Apakah Bauran promosi dan Aksesibilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung para kaum Milenial ke objek wisata Kawung Tilu ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Bauran promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu.
2. Untuk mengetahui apakah Aksesibilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu.
3. Untuk mengetahui apakah Bauran promosi dan Aksesibilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi penulis
Diharapkan penelitian ini memperluas Pengetahuan dan Wawasan serta dapat mengamalkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.
2. Bagi pengelola objek Pariwisata
Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengelola objek pariwisata untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Bauran Promosi dan Lokasi terhadap minat berkunjung kaum generasi Milenial dan selanjutnya pengelola objek pariwisata dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki strategi Bauran Promosi dan memperbaiki akses Lokasi guna meningkatkan Minat Berkunjung kaum generesi Milenial ke objek wisata Kawung Tilu.
3. Bagi akademis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan dapat digunakan sebagai refrensi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Fokus penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh Bauran promosi dan Aksesibilitas terhadap Minat berkunjung wisatawan ke objek wisata
2. Wilayah yang menjadi tempat penelitian ini adalah di objek wisata
3. Kawung Tilu Bojong Rangkas kec Cikarang Timur, kab. Bekasi, Jawa Barat
4. Penelitian hanya di lakukan kepada responden kaum generasi Milenial yang dilakukan pada tahun 2020.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penulisan yang baik. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan penelitian, serta batasan masalah kemudian diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu setelah itu diuraikan juga dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian tersebut dan terakhir hipotesis.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan mengenai profil objek wisata Kawung Tilu Bojong Rangkas, Visi dan Misi, , hasil penelitian kuesioner, metode analisis data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB 5 : PENUTUP

Bab ini menjelaskan keseluruhan isi dari skripsi yaitu kesimpulan dan implikasi manajerial.