

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

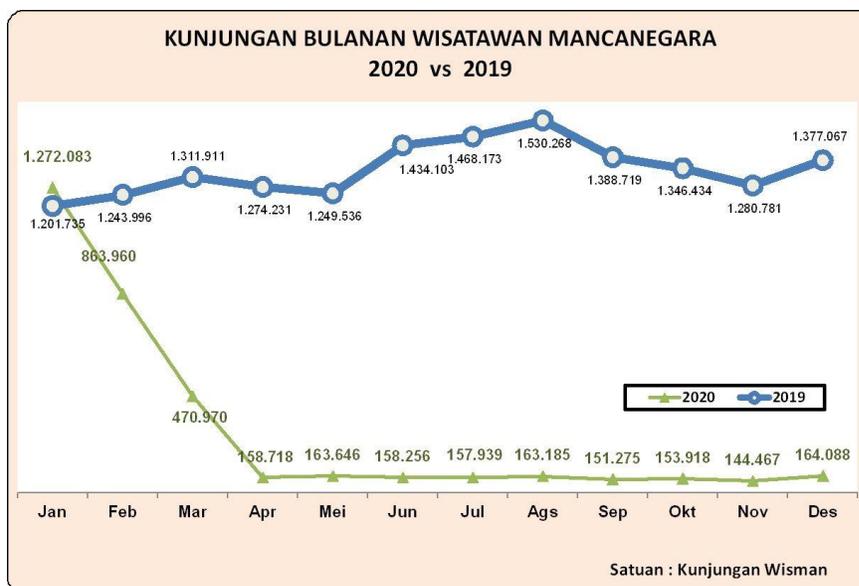
### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri bisnis yang banyak menarik perhatian masyarakat baik dalam negeri maupun mancanegara. Pembangunan pada sektor pariwisata diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pembangunan pariwisata yang berasaskan dengan tujuan tersebut tidak lepas dari peran masyarakat sebagai pengelola dan juga pemerintah. Menariknya Indonesia memiliki berbagai pantai yang tersebar di seluruh provinsi. Setiap pantai tersebut tersimpan berbagai keindahan wisata lokal yang menjadi tempat tujuan wisata oleh orang banyak. Indonesia memiliki berbagai macam potensi pariwisata, baik wisata alam maupun wisata budaya karena Indonesia memiliki berbagai macam suku, adat istiadat dan kebudayaan serta karena letak geografis negara Indonesia sebagai negara tropis dan kepulauan sehingga menghasilkan berbagai macam keindahan alam dan satwa yang menjadi destinasi wisata.

Indonesia adalah Negara maritim yang memiliki beribu pulau. Dengan banyaknya pulau di Indonesia menjadikan tempat wisata yang populer di berbagai negara. Pengembangan pemerintah Indonesia mengenai wisata khususnya pada pantai sangat didukung karena banyaknya turis yang berminat berkunjung untuk mengunjungi objek wisata pantai. Besarnya potensi wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia menjadi peluang bisnis yang positif.

Industri pariwisata di Indonesia dirasakan sangat menjanjikan sebelum terjadinya penyebaran wabah Covid-19. Jumlah kunjungan wisatawan domestic dan wisatawan asing yang berkunjung ke lokasi-lokasi wisata yang tersebar di berbagai provinsi di Indonesia mengalami penurunan selama masa pandemi Covid-19 tahun 2020. Penurunan jumlah wisatawan asing ke Indonesia dirasakan sangat drastis di masa pandemi Covid-19 ini.

### **Gambar 1.1 Data Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2020 vs 2019**



Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi, Kemenparekraf/Baparekraf, 2021

Imbas penurunan jumlah kunjungan wisatawan lokal dan internasional juga dirasakan oleh hampir seluruh provinsi di Indonesia. Provinsi Lampung sebuah provinsi paling Selatan Pulau Sumatera dengan ibukota Bandar Lampung secara geografis berada di sebelah barat berbatasan dengan Samudra Hindia, di sebelah timur dengan Laut Jawa, di sebelah utara berbatasan dengan provinsi Sumatra Selatan, dan di sebelah selatan berbatasan dengan Selat Sunda. Letak provinsi Lampung yang strategis ini memungkinkan provinsi ini untuk mengembangkan potensi wisata yang ada.

Potensi objek wisata yang ada di provinsi Lampung meliputi objek wisata pantai, air terjun, bendungan dan tugu atau menara khas Lampung. Selain Pesona alam yang ditawarkan oleh berbagai objek wisata di provinsi Lampung, keindahan ragam adat dan budaya lokal juga mampu menarik perhatian wisatawan lokal/domestik dan wisatawan asing untuk berkunjung ke Lampung.

**Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Provinsi Lampung**

| Tahun | Wisatawan | Wisatawan |
|-------|-----------|-----------|
|-------|-----------|-----------|

|      | M mancanegara | Lokal/Nusantara |
|------|---------------|-----------------|
| 2015 | 95.528        | 5.530.803       |
| 2016 | 155.053       | 7.381.774       |
| 2017 | 245.372       | 11.395.827      |
| 2018 | 274.742       | 13.101.371      |
| 2019 | 298.063       | 10.445.855      |
| 2020 | 1.531         | 2.548.394       |

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung, 2021

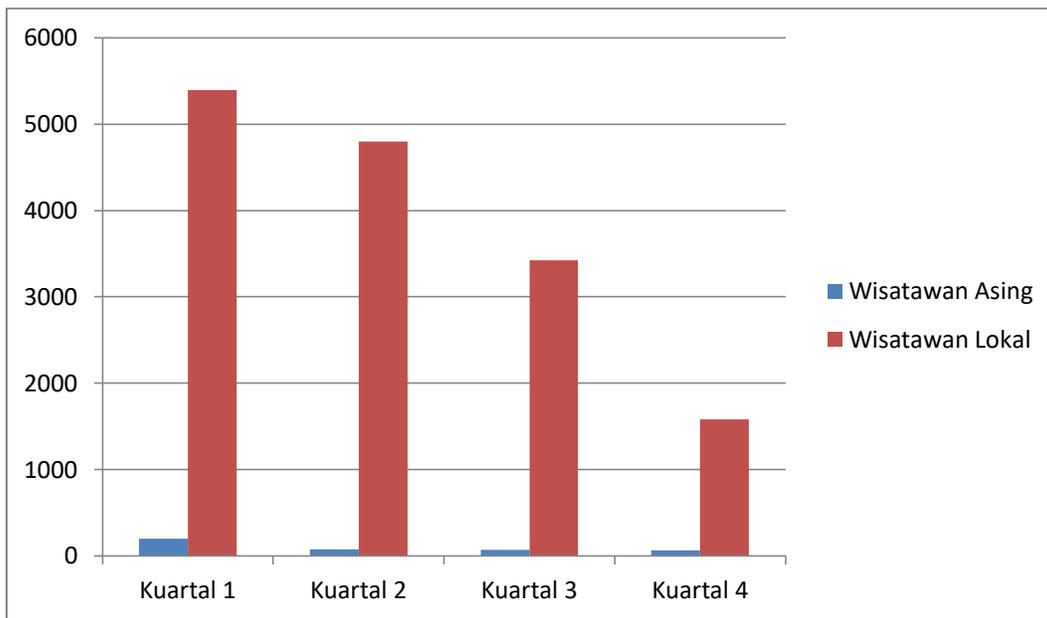
Tabel 1.1 di atas memberi gambaran tentang jumlah wisatawan mancanegara dan local/nusantara yang berkunjung sejak tahun 2015 hingga 2020. Selain itu, tabel di atas juga menjelaskan jumlah kedua jenis wisatawan tersebut yang fluktuatif dari tahun ke tahun, bahkan cenderung menurun pada periode 2019-2020. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara ke Provinsi Lampung pada tahun 2019-2020 dikarenakan dampak pandemi Covid-19.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini juga tentunya dirasakan oleh sebagian besar kabupaten/kota di provinsi ini. Pesisir Barat dengan ibu kota Krui adalah salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang kaya dengan sumber alam dan budaya juga sangat merasakan imbas yang disebabkan oleh pandemic Covid 19 ini. Kabupaten Pesisir barat memiliki keindahan dan keunikan objek wisata alam dan budaya. Objek wisata alam yang terdapat di Kabupaten Pesisir Barat adalah pantai, sungai, dan pegunungan. Hampir seluruh objek wisata yang ada di Pesisir Barat ini mengalami penurunan jumlah pengunjung.

Labuhan Jukung salah satu objek wisata pantai yang berlokasi di pusat kota Krui Pesisir Barat merupakan wisata pantai yang menjadi perhatian bagi para wisatawan. Objek wisata pantai Labuhan Jukung menawarkan keindahan alam pesisir pantai yang dihiasi oleh panorama alam seperti indahnya pasir pantai yang membentang, perkebunan dan pegunungan yang mewarnai pemandangan. Objek wisata ini juga menawarkan keelokan ombak laut yang mampu memikat perhatian wisatawan mancanegara dan nusantara untuk berkunjung ke destinasi ini. Indahnya ombak laut pada pantai Labuhan Jukung menarik wisatawan asing dan lokal untuk bermain selancar (surfing).

Pantai Labuhan Jukung sebagai salah objek wisata yang juga terimbas oleh merebaknya pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil pra survei melalui wawancara kepada pemilik usaha penyewaan papan seluncur di Pantai Labuhan Jukung jumlah wisatawan baik lokal maupun asing menurun drastic pada tahun 2020. Penurunan jumlah wisatawan baik lokal maupu mancanegara juga sangat dirasakan oleh berbagai pihak yang melakukan usaha di objek wisata pantai ini.

**Gambar 1.2. Data Pengunjung Pantai Labuhan Jukung Tahun 2020**



Sumber: Dinas Pariwisata Pesisir Barat, 2021

Data di atas menjelaskan bahwa terjadi penurunan wisatawan lokal dan asing yang mengunjungi Pantai Labuhan Jukung sepanjang tahun 2020. Pada kuartal pertama terdapat sebanyak 5392 orang wisatawan lokal dan 198 orang wisatawan asing, kemudian pada kuartal 2 terjadi penurunan pengunjung menjadi 4802 orang wisatawan lokal dan 75 orang wisatawan asing, pada kuartal 3 terjadi penurunan kembali menjadi 3424 orang wisatawan lokal dan 66 wisatawan asing, dan pada kuartal 4 terjadi penurunan kembali menjadi 1578 orang wisatawan lokal dan 61 orang wisatawan asing.

Penurunan jumlah pengunjung pada objek wisata pantai Labuhan Jukung mendorong pihak pengelola objek wisata ini untuk melakukan beberapa strategi pemasaran agar dapat menarik minat wisatawan untuk melakukan keputusan berkunjung ke objek wisata ini. Salah satu

usaha yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah terus giat melakukan promosi. Menurut Lupiyoadi (2013:92) promosi (*promotion*) merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Promosi yang dilakukan selama masa pandemic Covid-19 oleh pihak pengelola dan pemerintah daerah dalam hal ini dinas pariwisata adalah dengan memasang banner dan iklan media sosial dengan mengikuti aturan protokol kesehatan. Promosi yang dilakukan sejak merebaknya pandemi Covid-19 belum membuahkan hasil yang optimal.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan berkunjung adalah harga. Menurut Lupiyoadi (2013:92) harga adalah sejumlah pengorbanan yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Harga yang ditentukan oleh pengelola objek wisata pantai Labuhan Jukung adalah sebesar Rp. 7.000 sudah termasuk biaya masuk dan parkir. Harga tiket masuk tersebut dirasakan sangat bagus sekali (*reasonable price*) bagi pengunjung untuk menikmati keindahan objek wisata ini. Berdasarkan data jumlah pengunjung sepanjang tahun 2020, objek wisata ini terus mengalami penurunan jumlah pengunjung baik wisatawan lokal atau wisatawan asing, meskipun harga yang ditawarkan cukup bagus (*reasonable*).

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang membahas mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan berkunjung. Peneliti memberi judul penelitian ini **“Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas menjelaskan bahwa sikap konsumen pada pariwisata selama pandemic maka permasalahan dalam penelitian ini:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung?
3. Apakah promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup subjek pada penelitian ini adalah keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup objek pada penelitian ini adalah promosi dan harga terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat**

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah Pantai Labuhan Jukung, Krui Pesisir Barat, Lampung.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian**

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu pemasaran yang meliputi promosi, harga dan keputusan berkunjung.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek wisata Pantai Labuhan Jukung.

1. Promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.
2. Harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.
3. Promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak terbaik yaitu sebagai berikut:

### **1.5.1 Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti lain khususnya terkait dengan Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek Wisata Pantai Labuhan Jukung.

### **1.5.2 Bagi Tempat Wisata**

Hasil penelitian ini diharapkan tetap mampu menjaga pariwisata agar tetap menjadi salah satu destinasi wisata yang dikunjungi oleh masyarakat Lampung dan juga luar Lampung.

### **1.5.3 Bagi Instansi IIB Darmajaya**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi perpustakaan fakultas Ekonomi dan Bisnis IBI Darmajaya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penulisan yang dilakukan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **Bab I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang masalah terkait perubahan sosial, psikologis dan sikap konsumen perumusan masalah dalam penelitian, ruang lingkup penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat yang didapat diperoleh dari hasil penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yang berkaitan dengan perubahan sosial, psikologis dan sikap konsumen, penelitian

terdahulu yang pernah melakukan penelitian tentang perubahan sosial, psikologis dan sikap konsumen, kerangka pemikiran penelitian dan hipotesis satau hasil dugaan sementara.

### **Bab III: METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, sumber data penelitan, metode dalam pengumpulan data penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian, definisi operasional dari masing-masing variabel penilitian, uji persyaratan instrumen data penelitian, uji persyaratan analisis data penelitian, metode analisis data penelitian dan pengujian hipotesis penelitian.

### **Bab IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang deskriptif data dari masing-masing penelitian, hasil uji persyaratan instrument data penelitian, hasil uji persyaratan analisis data penelitian, hasil analisis data penelitian, hasil pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan hasil dari penelitian mengenai Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Berkunjung pada Objek wisata Pantai Labuhan Jukung.

### **Bab V : SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran disampaikan berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya