



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sumber daya (SDA) yang sangat melimpah dan beragam jenis bentuknya. Indonesia kaya akan keragaman budaya, flora, fauna, tempat sejarah, serta rempah rempah nya. Keragaman ini tentu menjadi sebuah anugerah dari Tuhan yang wajib di syukuri. Pasalnya dengan keberadaan SDA ini dapat mendatangkan sebuah dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain sektor industri, pemanfaatan SDA sebagai tempat pariwisata diharapkan mampu membantu meningkatkan perekonomian dan diperkirakan berpeluang besar menaikkan devisa negara (Prasetyo 2021).

Pariwisata di Indonesia sendiri merupakan salah satu sektor ekonomi penting. Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi serta minyak kelapa sawit. Berdasarkan data tahun 2016, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 11.525.963 lebih atau tumbuh sebesar 10,79% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tanggal 6 April 2017, Indeks daya pariwisata Indonesia melesat naik 8 peringkat, dari posisi 50 besar dunia ke peringkat 42. Reputasi itu dipotret oleh The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) 2017, yang dikeluarkan secara resmi oleh World Economic Forum (WEF) (Luturlean et al. 2019).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah,



dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Menurut Karyono, 1997:15 dikutip dalam (Luturlean et al. 2019). Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia, baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Salah satunya yang terdapat banyak wisata alam adalah kota Mojokerto yang mempunyai banyak objek wisata diantaranya adalah Pemandian Air Panas Pacet, Ubalan Pacet, Wisata Joglo Park, Parimas Waterpark, dan Pacet Mini Park. salah satu objek wisata potensial untuk dikembangkan dikarenakan mempunyai fasilitas dan wahana yang cukup lengkap selain itu ada tempat wisata lain di Mojokerto yang menjadi pesaing, seperti Tos Adventure yang mana didalamnya menyediakan rafting, outbound, war games dan camping..

Namun, Perusahaan jasa yang paling dominan sangat ramai di kunjungi dan muncul pertama kali terdapat Arum Jeram nya yaitu wisata Obech Avontur. Tidak hanya itu saja, obech avontur ini juga memberikan polis asuransi untuk setiap peserta yang ikut serta dalam paket apapun serta didampingi dengan para pemandu atau pendamping yang memiliki peran masing masing dan juga sudah mempunyai sertifikat dari dinas pariwisata, untuk itu pemandu juga bisa melakukan sesuai dengan bidangnya dalam mengarungi sungai Pacet Mojokerto. Dan untuk pengunjung juga bisa langsung menikmati sensasi serunya tantangan sungai dengan jeram alami dan natural (KAI 2019).

Obech didirikan pada tahun 2009 dan mulai resmi beroperasi pada tahun 2010 oleh para pelaku bisnis wisata alam yang kreatif dan sudah sangat berpengalaman di bidang wisata alam. Obech adalah sebuah perusahaan jasa pengelola lokasi wisata rafting (arung jeram) di sungai Kromong, Kec. Pacet, Kab. Mojokerto, Jawa Timur dan juga lokasi



outbound training, yaitu Basecamp Obech di Kawasan Wisata Alam Bandulan, Pacet, Mojokerto. Berangkat dari keinginan yang kuat untuk dapat mewujudkan sebuah arena bermain sambil berpetualang dengan mengambil latar belakang suasana pedesaan yang alami. Berada diatas lahan seluas 2 Ha, Obech berusaha menciptakan sarana yang nyaman untuk melaksanakan kegiatan wisata keluarga maupun Perusahaan. Tetapi kurangnya eksposur dari media sosial sehingga Obech cenderung tertinggal daripada perusahaan lain yang menyediakan jasa yang sama dan juga jenis pariwisata Arum Jeram ini tidak semua memiliki keberanian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa obech tidak memiliki permasalahan pelik yang mana dapat diselesaikan secara sistematis dan terstruktur (KAI 2019).

Maka dari itu strategi pemasaran sangatlah penting untuk mencapai tujuan. Menurut (Walenta 2023) Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan terpadu dalam bidang pemasaran yang memberikan pedoman terhadap kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Perusahaan juga harus memiliki rencana jangka panjang untuk merencanakan program mereka untuk mencapai tujuan ini, dan peran strategi pemasaran sangat penting karena menentukan seberapa baik penjualan produk berhasil. Beberapa taktik yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya termasuk meningkatkan iklan, harga, dan pengelompokan.

Untuk memaksimalkan potensi pariwisata, pemerintah Indonesia memperkenalkan konsep Sapta Pesona yang meliputi tujuh elemen penting: Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah Tamah, dan Kenangan. Sebagai contoh, di Mojokerto, tempat wisata seperti Obech Avontur menjamin keselamatan peserta dengan menyediakan polis asuransi dan pemandu bersertifikat (Aman), dikelola dengan baik untuk memastikan operasional yang lancar dan kepuasan pengunjung (Tertib), serta selalu menjaga kebersihan di tempat wisata



(Bersih). Lingkungan yang asri dan sejuk, seperti di Sungai Kromong, menawarkan suasana alami (Sejuk). Keindahan alam dan pengalaman arung jeram di Obech Avontur menjadi daya tarik utama (Indah). Pendamping di Obech Avontur selalu ramah dan membantu wisatawan agar merasa diterima dan dihargai (Ramah Tamah). Wisatawan meninggalkan Obech Avontur dengan kenangan indah dan pengalaman tak terlupakan yang membuat mereka ingin kembali (Kenangan). Dengan menerapkan Sapta Pesona, diharapkan pariwisata di Mojokerto dan seluruh Indonesia dapat terus berkembang, memberikan pengalaman berkesan bagi wisatawan, dan berkontribusi besar terhadap perekonomian negara.

Dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul : ***“Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Pt. Obech Pesona Nusantara di Kabupaten Mojokerto”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dalam penelitian ini diarahkan untuk mencapai tujuan, dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *product* berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah kunjungan?
2. Apakah *price* berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah kunjungan?
3. Apakah *place* berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah kunjungan?
4. Apakah *promotion* berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah kunjungan?
5. Apakah *product, price, place, promotion* berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah kunjungan?



1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *product* terhadap meningkatkan jumlah kunjungan
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *price* terhadap meningkatkan jumlah kunjungan
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *place* terhadap meningkatkan jumlah kunjungan
4. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *promotion* terhadap meningkatkan jumlah kunjungan
5. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran *product, price, place, promotion* terhadap meningkatkan jumlah kunjungan

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari suatu penelitian pada umumnya sangat diharapkan dapat mempunyai manfaat sebesar-besarnya bagi penulis sendiri maupun bagi orang/kelompok lain. Oleh karena itu manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang pariwisata khususnya dalam bidang pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan untuk referensi perpustakaan.

b. Manfaat Praktis

Adapun manfaat secara praktis, yaitu:

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana administrasi bisnis serta dapat menjadi wahana pengembangan ide-ide ilmiah dan penembangan ilmu di bidang pemasaran pariwisata.



- 2) Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola PT. Obech Pesona Nusantara dalam upaya peningkatan pemasaran.
- 3) Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan literature oleh peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan lima (5) bab dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika pembahasan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu, tinjauan teori terkait konsep dan teori yang dijadikan pedoman dalam penelitian ini, serta kerangka pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi tentang desain penelitian dan ruang lingkup penelitian, penjelasan lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dipaparkan hasil penelitian berupa gambaran umum objek penelitian, fokus penelitian dan hasil penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP



Bab penutup berisi kesimpulan yang menjelaskan tentang hasil penelitian, pembahasan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat serta berisi saran bagi peneliti berikutnya.