

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, pasar bisnis serta segala jenis usaha di Indonesia mengalami metamorfosis seiring dengan berkembangnya laju perekonomian, perubahan teknologi, dan cepatnya arus informasi. Contoh halnya dalam media promosi mengalami perubahan dalam memasarkan produknya, untuk saat ini media sosial sangat *familiar* digunakan dalam strategi pemasarannya.

Hal tersebut menjadi salah satu faktor eksternal yang mendorong terciptanya persaingan ketat dalam dunia bisnis. Pasar yang semakin dinamis memaksa para pelaku bisnis untuk terus berimprovisasi dan melakukan inovasi untuk menambah serta mempertahankan pelanggannya. Di Indonesia, khususnya di daerah Bogor merupakan salah satu daerah yang berpotensi bagi para pelaku bisnis untuk melancarkan suatu bentuk usaha. Karena seperti yang kita ketahui, Bogor merupakan salah satu kota yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan, baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Hal ini bisa dilihat dari pernyataan Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata dan Industri Kreatif (Disbudparekraf) kota Bogor, Jawa Barat, Sahlan Rasyidi. Sahlan Rasyidi mencatat selama 2016 jumlah kunjungan wisatawan mencapai 5.262.233 wisatawan. Didominasi oleh

wisatawan domestik sebanyak 5.017.578 orang dan 244.646 wisatawan mancanegara (*megapolitan.antaranews.com*).

Tabel 1
Perkembangan kunjungan wisatawan ke Kota Bogor dan Data Kunjungan Wisatawan
Taman Buah Mekarsari.
(periode 2012-2016)

Tahun/Years	Kunjungan Ke Obyek Wisata Bogor			Taman Buah Mekarsari	Persentase Wistawan Yang Berkunjung ke Taman Buah Mekarsari %
	Wisatawan/Touris		Jumlah/Total		
	Nusantara	Mancanegara			
2012	1775580	110975	1886555	1488678	79%
2013	3277442	104780	3382222	238179	7%
2014	4148650	202280	4350930	820375	19%
2015	4563516	222507	4786023	887742	19%
2016	5017587	244646	5262233	766479	15%

Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Bogor, Dan Data Pengunjung Taman Buah Mekarsari.

Tabel diatas adalah data perkembangan kunjungan wisatawan ke bogor dan perbandingan wisatawan yang berkunjung ke Taman Buah Mekarsari selama periode 2012-2016. Adapun kenaikan kunjungan wisatawan yang berkunjung terhadap obyek wisata yang berada di Bogor pertahunnya, dan data perbandingan kunjungan wisatawan Taman Buah Mekarsari.

Jumlah kunjungan wisatawan Nusantara maupun mancanegara (wisman) ke Kota Bogor menunjukkan kecenderungan meningkat. Kecenderungan itu terlihat sejak tahun 2012 ketika jumlahnya baru mencapai 1.886.555 orang, terdiri dari 1.775.580 wisatawan dalam negeri dan 110.975 orang wisatawan Mancanegara. Sedangkan pada tahun 2013, jumlahnya mengalami peningkatan menjadi 3.382.222 orang dengan

3.277.442 orang wisatawan dalam negeri dan 104780 orang wisatawan Mancanegara.

Namun berbanding terbalik dengan data kunjungan wisatawan Taman Buah Mekarsari pada tahun 2012 dengan kunjungan wisatawan sebanyak 1.886.555 orang, baik kunjungan wisatawan dalam negeri maupun wisatawan Mancanegara. Namun pada tahun 2013 Taman Buah Mekarsari mengalami penurunan kunjungan wisatawan hingga mencapai 238.179 orang, baik kunjungan wisatawan dalam negeri maupun wisatawan Mancanegara.

Terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang begitu drastis antara periode tahun 2012-2013 dikarenakan terjadinya penutupan Taman Buah Mekarsari selama kurun waktu delapan bulan (8 bulan) lamanya, antara periode April 2013 hingga Januari 2014. Penutupan Taman Buah Mekarsari untuk umum dikarenakan, adanya renovasi pintu masuk gerbang dan sistem transaksi di Taman Buah Mekarsari.

Dimana sebelumnya pintu masuk mekasari bisa langsung diakses menggunakan kendaraan bermobil untuk masuk ke dalam Taman Buah Mekarsari, dan sistem transaksi pembayarannya yang mengalami perubahan, dimana sebelumnya masih dengan melakukan pembayaran tunai langsung terhadap transaksi pembelian *merchandise* maupun pembelian tiket wahana yang ada di Taman Buah Mekarsari.

Namun kini berubah menjadi menggunakan kartu transaksi yang dimana harus di isi terlebih dahulu untuk saldonya agar dapat dipergunakan untuk pembelian *merchandise* maupun tiket wahana yang ada di Taman Buah Mekarsari.

Untuk foto perbedaannya seperti apa, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1
Loket Pintu Masuk Taman Buah Mekarsari

Kembali terjadi pelonjakan kunjungan wisatawan yang hadir ke Kota Bogor dalam periode tahun 2013-2014 sebesar 129% dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2013 dengan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 3.382.222 orang. Hal tersebut juga dialami oleh Taman Buah Mekarsari yang mengalami peningkatan jumlah kunjungan wisatawan sebesar 19% dari data kunjungan tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2013 dengan jumlah kunjungan sebesar 238.179 orang menjadi 820.375 orang yang berkunjung di Taman Buah Mekarsari.

Dimana pada tahun 2014 adalah sebagai awal dari pembukaan kembali Taman Buah Mekarsari untuk pengunjung reguler maupun rombongan/group, dari masa tutupnya di tahun 2013 dikarenakan adanya

perubahan alur tiket masuk maupun teknis transaksi yang kini berubah menjadi menggunakan kartu RFID (*Radio Frequency Identification*), dimana semulanya menggunakan uang tunai langsung dalam segala macam transaksinya. Dengan tujuan utamanya adalah agar mempermudah wisatawan dalam bertransaksi, serta tak perlu lagi repot-repot untuk selalu menyediakan uang tunai apabila ingin membeli *merchandise* maupun tiket wahana yang tersedia di Taman Buah Mekarsari.



Gambar 2
Promo Tiket Terusan Taman Buah Mekarsari dan Water kingdom.

Promo tiket tersebut adalah salah satu trobosan baru yang digunakan Taman Buah Mekarsari, untuk kembali menarik wisatawan yang dulu sempat kecewa karena adanya penutupan untuk reguler maupun rombongan/group. Promo tiket terusan Taman Buah Mekarsari dan Water Kingdom, ternyata membuahkan hasil yang cukup baik untuk kembali menarik wisatawan agar berkunjung di Taman Buah Mekarsari.

Promo yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari dapat dibilang cukup berpengaruh terhadap adanya peningkatan wisatawan yang berkunjung, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah wisatawan yang hadir serta banyaknya terjual tiket Terusan tersebut.

Promosi adalah satu hal terpenting dalam dunia bisnis dan perdagangan. Karena promosi adalah satu-satunya cara untuk mengenalkan produk ke masyarakat dan calon pembeli yang potensial. Kalau perusahaan tidak mempromosikan produk-produknya, masyarakat tidak dapat mengenali produk yang perusahaan tawarkan.

Kembali pada periode tahun 2015-2016, angka kunjungan wisatawan yang berkunjung di Kota Bogor mengalami pelonjakan, hingga total wisatawan yang berkunjung di Kota Bogor sebesar 5.262.233 orang atau mengalami pelonjakan 110% dari tahun sebelumnya. Dimana angka jumlah wisatawan yang di dapat pada tahun sebelumnya di tahun 2015 sebesar 4.786.023 orang wisatawan, adapun wisatawan dalam negeri sebesar 4.563.516 orang, dan wisatawan Mancanegara sebesar 222.507 orang.

Namun sayangnya hal tersebut tidak berbanding lurus dengan jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung di Taman Buah Mekarsari. Taman Buah Mekarsari kembali harus menerima hal pahit, dimana justru malah mengalami penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung.

Pada tahun 2016 Taman Buah Mekarsari mendapat kunjungan wisatawan sebesar 766.479 orang atau mengalami penurunan sebesar 86% dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2015 Taman Buah Mekarsari mendapat kunjungan wisatawan sebesar 887.742 orang.

Adapun menurunnya jumlah kunjungan wisatawan Taman Buah Mekarsari pada periode tahun 2015-2016, dikarenakan beberapa faktor penghambat seperti adanya proyek pembangunan Tol Cimanggis-Cibitung (Cimaci) pada ruas jalan cibubur, yang bertepatan dengan jalur akses utama menuju Taman Buah Mekarsari apabila ingin berkunjung dari arah Jakarta maupun *exit* Tol Cibubur. Yang menyebabkan bertambahnya tingkat kemacetan yang harus dialami oleh wisatawan yang ingin Berkunjung ke Taman Buah Mekarsari.



Gambar 3
Arus Lalu lintas
***sumber : (Doc.Kompas.com)**

Angka kemacetan terus bertambah sejak tahun 2015 hingga saat ini, hal tersebut berpengaruh terhadap jumlah angka kunjungan wisatawan Taman Buah Mekarsari, Kemacetan tersebut disebabkan karena banyaknya pembangunan maupun perbaikan *infrastruktur* jalan. Sehingga para wisatawan yang ingin berkunjung pun memikirkan ulang untuk berkunjung ke Taman Buah Mekarsari.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Produk buah musiman tidak setiap saat dapat dinikmati pengunjung.
2. Produk buah tidak musiman terkadang tidak bisa memenuhi keinginan pengunjung.
3. Hambatan terhadap Periklanan (*advertising*) yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari.
4. Hambatan terhadap Publisitas (*Publicity*) yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari.
5. Hambatan terhadap Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari.
6. Hambatan terhadap Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) yang dilakukan oleh Taman Buah Mekarsari.
7. Keterbatasan sumber daya manusia bidang tour guide dalam melayani pengunjung.

8. Keterbatasan sumber daya manusia bidang kebun buah dalam perawatan Tanaman.
9. Keterbatasan unit kendaraan kereta keliling dalam melayani pengunjung.
10. Produk wahana pendukung terkadang tidak bisa memenuhi animo pengunjung yang ingin menggunakannya.

C. Batasan Masalah

Supaya dalam hal pembahasan tidak melebar, penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian yaitu pada variable produk, media promosi, orang dan bukti fisik terhadap keputusan kunjungan, obyek penelitian pada Taman Buah Mekarsari.

D. Rumusan Masalah

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

1. Apakah produk wisata berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata?
2. Apakah media promosi berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata?
3. Apakah orang berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata?
4. Apakah bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata?
5. Apakah Produk, Media Promosi, Orang dan Bukti Fisik terdapat pengaruh terhadap keputusan kunjungan wisata?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara produk wisata terhadap keputusan kunjungan wisata.
2. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara media promosi terhadap keputusan kunjungan wisata.
3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara Orang terhadap keputusan kunjungan wisata.
4. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara Bukti Fisik terhadap keputusan kunjungan wisata.
5. Untuk mengetahui terdapat pengaruh Produk, Promosi, Orang, dan Bukti Fisik terhadap keputusan kunjungan wisata.

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini untuk menguraikan kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian itu sendiri. Selain itu tujuan penelitian ditujukan untuk memecahkan masalah atau menjawab dari setiap pertanyaan yang diajukan, maka penulis dapat pula merumuskan manfaat apa yang diperoleh dari hasil penelitiannya.

Kegunaan dari penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk memecahkan masalah praktis aplikatif, maka penelitian dapat dimanfaatkan sebagai dasar penentuan keputusan atau kebijakan. Sedangkan jika

tujuannya serta sifatnya teoritis dan akademis maka hasilnya akan bermanfaat untuk memperkaya khasanah keilmuaan dan kajian-kajian teoritis lebih lanjut.

Hasil dari penelitian ini dapat membantu dan digunakan oleh para pengambil keputusan bidang pengembangan sumber daya manusia dalam mengambil langkah-langkah strategi guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada Taman Buah Mekarsari.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam menyusun dan pembahasan penelitian ini, maka penulis membaginya atas beberapa bab :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II STUDI PUSTAKA

Merupakan bagian yang menguraikan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, yang terdiri dari kajian literature mengenai variable seperti pengertian variabel X1 (produk), pengertian variabel X2 (media promosi), pengertian variabel X3 (orang), pengertian variabel X4 (bukti fisik), variabel Y

(keputusan kunjungan), kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis memberikan informasi tentang jenis penelitian, variabel dan pengukurannya, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta instrument penelitian yang digunakan.