

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan pariwisata di berbagai bidang di Indonesia telah mewujudkan peningkatan potensi pariwisata. Salah satu dampak dari keberhasilan peningkatan potensi pariwisata yang telah di rasakan antara lain adalah munculnya objek-objek wisata yang diciptakan oleh masing masing daerah. Dalam hal lain yang harus di tingkatkan dalam suatu objek wisata itu adalah promosi keberadaan objek wisata tersebut agar meluas untuk di kenal masyarakat, apa lagi jika target suatu objek pariwisata seperti di kolam renang Herlingga Jaya ini yang bergerak di bidang pariwisata kolam renang mempunyai target menjadi tujuan utama calon wisatawan yang menginginkan wisata air.

Manusia sering kali terjebak dalam rutinitas harian yang padat dan tentunya memerlukan konsentrasi yang tinggi sehingga seseorang mudah jenuh atau bosan dalam menjalani aktifitasnya. Oleh karena itu kebutuhan akan hiburan dan rekreasi sangat diperlukan oleh setiap manusia. Karena dengan adanya hiburan dan rekreasi, dapat membantu seseorang menghilangkan rasa penat dan melupakan masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari sehingga seseorang tersebut dapat kembali berpikiran jernih dan kembali *fresh*.

Hal ini mengharuskan perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata ini untuk lebih memperhatikan cara pemasaran yang lebih bagus, antara lain seperti promosi yang ditingkatkan agar tingkat pengunjung di tempat pariwisata kolam renang Herlingga Jaya ini dapat meningkat dan dapat menjadi perusahaan pariwisata yang bertaraf nasional bahkan bisa menjadi Internasional. Hal tersebut mengharuskan manajemen tempat pariwisata mendapat tantangan dan berusaha semaksimal mungkin untuk menghadapi persaingan.

Supaya tingkat pengunjung sebuah perusahaan pariwisata tidak mengalami penurunan, maka strategi pemasaran yang diterapkan harus sesuai dengan sistem tempat pariwisata yang ada. Peran pemasaran itu sendiri tidak bisa lepas dengan yang namanya bersaing dan selalu berinovasi dalam pengembangan suatu tempat pariwisata itu sendiri. Pada era milenial ini strategi pemasaran berubah menjadi hal yang berpengaruh terhadap peningkatan atau pengembangan tempat pariwisata pada umumnya yang akan berpengaruh pada penjualan atau tingkat pengunjung. Dimana pada masa sekarang banyak perusahaan-perusahaan yang menggunakan cara promosi guna mempengaruhi dan merebut minat pengunjung dengan cara memberikan inovasi terbaru dalam hal hiburan atau obyek yang di persembahkan untuk para pengunjung. Dalam hal lain juga menggunakan jasa tour & travel untuk bekerja sama dalam penjemputan atau pengantaran pengunjung, bahkan juga pengenalan perusahaan pariwisata itu sendiri.

Salah satu objek pariwisata di Blitar yang memiliki potensi yaitu kolam renang Herlingga jaya yang berada di kompleks Herlingga Jaya Hotel, jl. Sudanco Supriyadi No. 107, Kelurahan Bendogerot, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar, ini memiliki peluang untuk menjadi tujuan wisatawan, disini kita bisa menikmati kolam renang bersama keluarga dengan berbagai tingkatan usia mulai balita sampai kolam renang dewasa dengan fasilitas yang cukup lengkap mulai tempat parkir, yang luas, kamar mandi dan kamar ganti yang bersih, gazebo untuk bersantai, dan tak ketinggalan permainan anak-anak yang cukup banyak. Selain kolam renang ada juga kolam ikan yang dihiasi patung-patung raksasa yang bermacam-macam. Mulai dari patung dinosaurus yang super besar, patung ikan, patung naga, dan masih banyak jenis-jenis patung yang lain. Ada juga perahu yang disewakan disana untuk mengelilingi kolam yang luas dengan pemandangan yang hijau dengan harga yang murah. Jadi selain berenang kita juga bisa sekalian berwisata di taman rekreasi Herlingga Jaya. Kolam renang Herlingga Jaya ini buka untuk setiap hari pada pukul 08.00 – 17.00 WIB, untuk harga tiket masuknya Rp. 8.000 untuk per orang untuk hari biasa dan Rp. 10.000 untuk *weekend*. Kurangnya promosi yang bagus dan efektif, kawasan kolam renang Herlingga Jaya ini masih kurang bagus dalam menjadi tujuan wisata yang bertaraf nasional maupun internasional, dan tentunya juga berpengaruh dalam keputusan pengunjung para wisata yang akan berkunjung.

Berdasarkan latar belakang, maka penulis bermaksud melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan**

Berkunjung Wisatawan Pada Kolam Renang Herlingga Jaya, Bendogerit, Kota Blitar”.

B. Permasalahan

Kawasan wisata kolam renang Herlingga jaya terletak di Kota Blitar, lebih tepatnya di jl. Sudanco Supriyadi No. 107, Kelurahan Bendogerit, Kecamatan Sananwetan, Kota Blitar, Jawa Timur ini memiliki strategi promosi yang kurang bagus dan efektif, karena selama ini kawasan wisata Herlingga Jaya hanya menggunakan promosi secara mulut ke mulut, dan tidak pernah menggunakan promosi melalui media sosial, dan tidak pernah menggunakan promosi melalui baleho atau papan iklan. Dalam hal ini dapat di lihat dari target sasaran yang belum terpenuhi, tempat wisata ini memiliki target sasaran yaitu kalangan menengah bawah sampai kalangan menengah atas, tetapi dari sekarang masih kalangan menengah bawah yang berkunjung di tempat wisata ini. Maka dari itu keputusan berkunjung para wisatawan yang berkunjung masih terbilang rendah karena kurangnya promosi yang bagus dan efektif. Berikut adalah data pengunjung di kawasan wisata kolam renang Herlingga jaya untuk 5 tahun terakhir :

Tabel 1.1
Pengunjung Kawasan Wisata Kolam Renang Herlingga Jaya

Tahun	Total Pengunjung
Tahun 2014	23.761 Pengunjung
Tahun 2015	18.012 Pengunjung
Tahun 2016	18.101 Pengunjung
Tahun 2017	15.736 Pengunjung
Tahun 2018	15.031 Pengunjung

Sumber : Data Pengunjung kawasan wisata Herlingga Jaya

Dari tabel 1.1 dapat dilihat kawasan wisata Herlingga Jaya mengalami penurunan tingkat pengunjung. Hal ini dibuktikan dari data pengunjung per tahun, dari tahun 2014 total pengunjung selama satu tahun 23.761 pengunjung, tahun 2015 mengalami penurunan yaitu selama satu tahun total pengunjung sebanyak 18.012 pengunjung, lalu pada tahun 2016 mengalami kenaikan dengan total pengunjung selama satu tahun 18.101 pengunjung, dan pada tahun 2017 Herlingga Jaya mengalami penurunan pengunjung yaitu dengan total selama satu tahun 15.736 pengunjung, dan pada tahun 2018 mengalami penurunan lagi dengan total pengunjung selama satu tahun 15.031 pengunjung.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Kolam Renang Herlingga Jaya, Kota Blitar ?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Kolam Renang Herlingga Jaya, Kota Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Pemerintah Kota Blitar :

Diharapkan sebagai bahan pertimbangan dan referensi guna meningkatkan kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya agar lebih baik dan menarik untuk di kunjungi.

2. Bagi peneliti :

Diharap dapat lebih mengerti dan melakukan riset permasalahan secara teori yang di aplikasikan dalam dunia nyata.

3. Bagi peneliti berikutnya :

Diharapkan dapat menjadi referensi guna melakukan penelitian lain lebih mendalam di masa yang akan datang.

4. Bagi Herlingga Jaya :

Agar dapat menjadi bahan pertimbangan guna meningkatkan kawasan wisata kolam renang Herlingga Jaya.