

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wonderful Indonesia merupakan slogan yang tidak bisa dipisahkan dari Pariwisata Indonesia yang merupakan *leading sector* saat ini. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat unik dan menarik untuk dikembangkan agar menjadi lebih baik. Slogan '*Wonderful Indonesia*' ini mempunyai ciri khas berupa simbol burung Garuda merentangkan sayapnya yang melambangkan hidup damai antar sesama serta melambangkan keterbukaan dan hasrat untuk terbang jauh melintasi batas. 5 garis warna yang berbeda pun memiliki makna yang indah yaitu Warna hijau bermakna kreativitas, ramah pada alam dan keselarasan. Warna ungu berarti kesatuan lahir batin, keamanan, dan imajinasi, warna jingga bermakna inovasi, semangat pembaruan dan keterbukaan, sedangkan warna biru berarti kedamaian, keteguhan, kesemestaan, dan magenta melambangkan keseimbangan, sifat praktis dan akal yang sehat serta tulisan '*Wonderful Indonesia*' yang berarti Indonesia yang Indah. Slogan ini merupakan janji pariwisata Indonesia kepada dunia bahwa Indonesia kaya dengan keindahan dan ketakjuban, dari alam maupun budayanya.

Physical Evidence (Bukti Fisik) termasuk salah satu dari tujuh elemen bauran pemasaran jasa yang terdiri dari semua variabel yang bisa dikendalikan oleh perusahaan-perusahaan dalam komunikasinya dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen sasaran. *Physical Evidence* adalah lingkungan tempat

jasa disampaikan dan tempat penyedia jasa yang mendukung terwujudnya atau terkomunikasinya jasa. Unsur-unsur yang termasuk dalam *Physical Evidence* adalah Lingkungan Fisik (*service spaces*) yang terdiri dari lingkungan dari dalam perusahaan (*interior*) misalnya, desain *interior*, peralatan, dan tata ruang. Sedangkan lingkungan dari luar perusahaan (*eksterior*) misalnya, desain eksterior, grafik visual, area parkir, dan pemandangan. Lingkungan pendukung, misalnya terdiri dari kartu nama, brosur, halaman web.

Physical Evidence suatu kawasan wisata merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk terus dikembangkan menjadi lebih baik agar mampu membuat wisatawan betah untuk tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya, dan dapat memberikan kenangan indah dalam hidupnya. Promosi merupakan jantung dari sebuah usaha baik produk barang maupun jasa. Promosi itu sendiri pada dasarnya adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk memberikan informasi, menawarkan produk barang atau jasa, mempengaruhi atau membujuk calon konsumen dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan tersebut. Keberhasilan strategi promosi suatu usaha adalah dengan mempelajari dan memahami perilaku konsumennya misalnya strategi internal *marketing*, memikat pelanggan, mengelola bukti fisik, serta menjaga kualitas jasa yang diharapkan terciptanya loyalitas konsumen terhadap produk barang atau jasa yang ditawarkan. Sejalan dengan janji pariwisata Indonesia kepada dunia yang telah dijelaskan, Maka Promosi suatu kawasan wisata menjadi hal yang sangat penting dengan tujuan diantaranya meningkatkan citra suatu daerah kawasan

wisata tersebut, memberikan kebanggaan tersendiri bagi masyarakat lokal terhadap daerahnya karena banyak wisatawan yang ingin datang dan melihat daerahnya tersebut, serta membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui terbukanya lapangan pekerjaan untuk membangun atau mengelola kawasan wisata tersebut. Oleh karena itu, perlunya pihak manajemen atau pengelola suatu kawasan wisata maupun kelompok sadar wisata setempat untuk melakukan strategi pemasaran atau promosi wisata untuk meningkatkan keputusan berkunjung wisatawan di daerah mereka.

Keputusan Berkunjung Wisatawan merupakan faktor penunjang keberhasilan suatu kawasan wisata. Keputusan berkunjung wisatawan dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah motivasi wisatawan terhadap daya tarik suatu kawasan wisata yang berupa *physical evidence* serta dipengaruhi dari strategi promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen atau pengelola suatu kawasan wisata tersebut. Akan sangat tidak bermanfaat apabila suatu kawasan wisata dibuat semenarik mungkin tapi tidak ada wisatawan yang tertarik untuk berkunjung. Dengan adanya kunjungan dari wisatawan terhadap objek wisata tersebut, maka suatu destinasi wisata tersebut akan lebih banyak dikenal oleh pasar yang lebih luas. Diharapkan wisatawan yang berkunjung tersebut merasa puas akan wisata yang ditawarkan, sehingga wisatawan tersebut kemungkinan besar menjadi loyal dan diharapkan mereka akan ikut berkontribusi dalam melakukan promosi wisata tersebut kepada masyarakat luas.

Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) adalah salah satu destinasi wisata alam yang indah. Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) yang berlokasi di desa Sumberasri, Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar ini mempunyai *Physical Evidence* atau bentuk fisik alam yang unik dan indah karena perbukitannya memiliki kemiripan dengan perbukitan yang menjadi latar belakang film anak-anak berjudul “Teletubbies”. Selain itu karena letaknya di lereng Gunung Kelud, destinasi wisata ini menawarkan suasana yang sejuk, damai, tenang dan indah yang akan memanjakan wisatawan yang berkunjung. Kawasan Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) ini dilengkapi dengan area parkir yang cukup luas, Spot foto yang unik beserta *photographer* yang handal, jasa ojek untuk naik ke puncak bukit maupun ketika turun bukit tanpa harus melewati jalan setapak, kemudian ada warung makan di sepanjang jalan menuju puncak bukit, dan fasilitas pendukung seperti papan penunjuk jalan, papan himbauan/larangan maupun papan nama di setiap sudut yang memudahkan wisatawan, adanya *gazebo* yang dapat digunakan wisatawan untuk beristirahat ketika di puncak bukit, dan yang terpenting terdapat *icon* Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) yaitu peraga Teletubbies berjumlah 4 orang yang siap menemani wisatawan yang berkunjung. *Physical Evidence* (bukti fisik) dan Promosi suatu kawasan wisata merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk terus dikembangkan menjadi lebih baik agar mampu membuat wisatawan betah untuk tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya, dan dapat memberikan kenangan indah dalam hidupnya. Berdasarkan uraian

tersebut maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Analisis *Physical Evidence* dan Promosi terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan” yang dilakukan di Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) Kabupaten Blitar.

B. Permasalahan

Keputusan konsumen untuk berkunjung pada suatu objek wisata erat kaitannya dengan *physical evidence* yang dimiliki objek wisata tersebut serta bagaimana pihak manajemen atau pengelola merumuskan strategi promosi yang baik sehingga diminati konsumen yang akhirnya berdampak pada keputusan berkunjung wisatawan. Dalam hal ini, pihak pengelola Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) memiliki promosi yang kurang maksimal karena belum dapat memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada dengan baik misalnya belum adanya halaman *website*, belum adanya promosi melalui akun *facebook*, kurangnya promosi dari media cetak seperti *leaflet* yang memudahkan pengunjung untuk mengenali setiap area Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) tidak adanya *billboard* yang dipasang di jalan-jalan utama maupun jalan-jalan di sekitar gerbang masuk wilayah Kota Blitar dan Kabupaten Blitar khususnya. Sehingga kurang mampu menjangkau lebih banyak wisatawan. Sejauh ini promosi yang digunakan berupa akun *instagram* yang dikelola oleh salah satu *photographer* spot foto di Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) belum adanya kegiatan atau *event* yang diadakan disana untuk menarik minat berkunjung wisatawan dan juga

beberapa *banner* kecil yang terpasang di area masuk wisata saja. Sehingga minat konsumen untuk menggunakan jasa ini masih kurang maksimal dibanding dengan wisata alam yang lain. Disamping itu, Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) perlu mengembangkan *physical evidence* atau bukti fisik yang ada disana demi menarik wisatawan untuk berkunjung serta menciptakan kenyamanan kepada wisatawan.

Berdasarkan observasi peneliti yang dilakukan di Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies), peneliti melihat masih kurang baik misalnya beberapa area spot foto yang kurang terawat dan terlihat rapuh sehingga membuat wisatawan ragu untuk menggunakannya karena alasan keselamatan. *Gazebo* yang disediakan juga kurang banyak, sehingga membuat wisatawan tidak bisa beristirahat di *gazebo* ketika wisatawan yang berkunjung ramai. Selain itu fasilitas pendukung seperti tempat sampah juga masih kurang banyak yang berdampak pada kurang bersihnya di beberapa area wisata. Selain itu, papan informasi dan larangan juga kurang banyak sehingga wisatawan kurang mengetahui area wisata dan peraturan serta larangan yang berlaku di kawasan wisata tersebut. Wawancara peneliti dengan Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) (kelompok sadar wisata) setempat yang pada saat itu ditemui peneliti di gerbang loket masuk wisata menyatakan beberapa hal diantaranya, Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) merasa kesulitan untuk mengembangkan objek wisata tersebut lebih maksimal lagi karena terkendala dengan pihak manajemen pabrik yang *notabene* merupakan pihak pengelola Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) juga. Sehingga Kelompok Sadar Wisata

(*Pokdarwis*) masih menunggu arahan dari kepala pabrik dalam hal perizinan untuk pengembangan objek wisata dan hal tersebut membutuhkan waktu yang tidak sedikit.

Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) juga menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan pada hari-hari kerja kurang maksimal. Sehingga menyebabkan objek wisata tidak ada aktivitas seperti pada umumnya misalnya semua warung-warung disepanjang jalan menuju puncak bukit memutuskan untuk tidak berjualan, jasa ojek motor, jasa parkir, dan beberapa *photographer* untuk setiap spot foto di puncak bukit memutuskan untuk tidak beroperasi. Sedangkan jumlah kunjungan mengalami kenaikan ketika akhir pekan atau hari libur nasional. Beberapa Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) yang peneliti temui pada gerbang masuk kawasan Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) juga mengeluhkan akses jalan menuju objek wisata yang kurang baik kondisinya dikarenakan jalan rusak (jalan makadam) karena sering dilalui oleh truk sehingga membuat beberapa wisatawan dari luar daerah mengeluh tentang sulitnya akses menuju Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

- a. Apakah *Physical Evidence* Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan?

- b. Apakah Promosi Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan?
- c. Apakah *Physical Evidence* dan Promosi Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

- a. Untuk Menganalisis *Physical Evidence* Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
- b. Untuk Menganalisis Promosi Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) terhadap keputusan berkunjung wisatawan.
- c. Untuk Menganalisis *Physical Evidence* dan Promosi Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies) terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

E. Kegunaan Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Bagi Penulis:
 - a. Untuk mengetahui analisis *physical evidence* dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisatawan.

b. Untuk mengimplementasikan teori-teori yang diterima dibangku kuliah terhadap kondisi yang ada di perusahaan.

2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar:

Sebagai tambahan informasi bacaan bagi seluruh kalangan mengenai ilmu Manajemen Pemasaran khususnya dibidang analisis *physical evidence*, promosi dan keputusan berkunjung wisatawan.

3. Bagi Pihak Manajemen Wisata Alam Sumberasri (Wisata Bukit Teletubbies):

Kesimpulan dan saran dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak manajemen atau pengelola untuk mengembangkan *physical evidence* (bentuk fisik) dari objek wisata serta untuk memilih strategi promosi yang baik dan lebih optimal yang akan berdampak pada peningkatan keputusan berkunjung wisatawan.

4. Bagi Peneliti Berikutnya:

Dapat dijadikan bahan dan referensi untuk melakukan penelitian dengan topik yang sama.