

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) adalah realisasi atas tujuan akhir dari integrasi ekonomi sebagaimana telah disertakan dalam visi 2020 yang berdasarkan atas penyatuan minat dari negara anggota ASEAN untuk memperdalam dan memperluas integrasi ekonomi melalui inisiatif yang telah ada maupun yang baru dengan kronologi yang jelas. Dalam pelaksanaannya, harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi konsisten yang terbuka, luas, inklusif, dan pasar yang bergerak dengan peraturan yang multilateral serta taat pada sistem yang berdasarkan atas peraturan untuk pemenuhan dan implementasi atas komitmen ekonomi yang efektif.

MEA akan membentuk ASEAN sebagai sebuah pasar tunggal dan pusat produksi tunggal. Hal ini akan membuat lebih dinamis dan tinggi persaingan dengan mekanisme dan tindakan baru untuk memperkuat implementasi atas inisiatif ekonomi yang sudah ada, mempercepat integrasi wilayah dalam sektor-sektor yang menjadi prioritas, memfasilitasi gerakan bisnis seseorang, tenaga kerja yang ahli, dan memperkuat mekanisme institusional.

MEA sejak awal tahun 2015 memang cukup menarik perhatian di Indonesia. Namun, sebenarnya program kerja sudah berlangsung bahkan sejak tahun 2007. Tentunya, untuk menjalankan sebuah program kerja dibutuhkan

waktu dan tahapan-tahapan yang tidak bisa dicapai secara instan. Melihat fakta tersebut, tentunya kita akan berpikir bahwa sudah cukup terlambat untuk melakukan suatu gerakan. Tetapi tidak demikian, ternyata banyak yang bisa dilakukan untuk menghadapinya. Mulai dengan memperbaiki kualitas diri sebagai pekerja, meningkatkan kualitas produk, keuangan yang efisien, maupun mengembangkan sektor-sektor yang menjanjikan baik di Indonesia maupun di wilayah Asia Tenggara.

Dalam pelaksanaan untuk menghadapi perkembangan pada sektor ekonomi dan untuk merealisasikan tujuan akhir dari MEA untuk menciptakan pasar tunggal di Asean, maka Manajemen suatu negara dan SDM di Indonesia harus diperhatikan dan ditingkatkan.

Manajemen adalah suatu seni dalam ilmu dan proses pengorganisasian seperti perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian atau pengawasan. Dalam pengertian manajemen sebagai seni karena berfungsi dalam mewujudkan tujuan yang nyata dengan hasil atau manfaat, sedangkan manajemen sebagai ilmu yang berfungsi menerangkan fenomena atau kejadian sehingga memberikan penjelasan yang sebenarnya. Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*Manage*" yang berarti, mengurus, mengelola, mengendalikan, mengusahakan, memimpin. Sedangkan Pengertian Manajemen secara etimologis adalah seni melaksanakan dan mengatur. Pengertian manajemen juga dipandang sebagai disiplin ilmu yang mengajarkan proses mendapatkan tujuan organisasi dalam upaya bersama

dengan sejumlah orang atau sumber milik organisasi. Orang yang melakukan manajemen disebut dengan manajer.

Fungsi manajemen terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengawasan. Perencanaan adalah sebagai hasil pemikiran yang mengarah ke masa depan, yaitu menyangkut serangkaian tindakan yang berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap semua faktor yang terlibat dan yang diarahkan kepada sasaran khusus.

Perencanaan ialah penentuan serangkaian tindakan berdasarkan pemilihan dari berbagai alternatif data yang ada, dalam hal ini dirumuskan dalam bentuk keputusan yang akan dikerjakan untuk masa yang akan datang dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan.

Setelah perencanaan, langkah berikutnya adalah menciptakan organisasi untuk melaksanakan rencana yang telah dirumuskan. Organisasi pada hakikatnya mempunyai komponen, yaitu fungsi personalia dan faktor-faktor sarana fisik. Proses organisasi berusaha mempersiapkan komponen tersebut sedemikian rupa agar dapat memperlancar pencapaian tujuan perusahaan. Dengan demikian, pengorganisasian didefinisikan sebagai suatu proses menciptakan hubungan antara personalia, fungsi-fungsi dan faktor fisik agar kegiatan-kegiatan yang harus dilaksanakan disatukan dan diarahkan pada pencapaian tujuan bersama.

Langkah selanjutnya yaitu pengarahan, fungsi pengarahan ini ialah gerak pelaksanaan dari kegiatan-kegiatan fungsi perencanaan dan pengorganisasian. Pengarahan dapat diartikan sebagai suatu aspek hubungan

manusiawi dalam kepemimpinan yang mengikat bawahan untuk bersedia mengerti dan menyumbangkan pikiran dan tenaganya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berarti ruang lingkup pengarahan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dan efisien.

Koordinasi merupakan daya upaya untuk mensinkronkan dan menyatukan tindakan-tindakan sekelompok manusia. Koordinasi merupakan otak di dalam batang tubuh dari keahlian manajemen. Jika manajer menemukan kesulitan dalam koordinasi yang berkelanjutan, ia harus mencurigai kelemahan program perencanaan, pengorganisasian, dan pengarahan. Pendek kata, koordinasi merupakan bidang keahlian dari manajemen. Perintah yang baik dan lazim dari bidang keahlian manajemen lainnya akan membuat koordinasi tidak begitu dibutuhkan. Akan tetapi, pada organisasi yang dikelola dengan baik sekalipun, ada juga bidang yang memerlukan koordinasi.

Fungsi terakhir yang harus dilakukan dalam manajemen adalah pengawasan karena untuk mengetahui hasil yang telah tercapai. Dalam hal ini berarti bahwa dengan pengawasan akan dapat mengukur seberapa jauh hasil yang telah dicapai sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Pengertian pengawasan adalah sebagai suatu kegiatan mendeterminasi apa-apa yang telah dilaksanakan sesuai dengan tujuan untuk segera mengetahui kemungkinan terjadinya penyimpangan dan hambatan, sekaligus mengadakan koreksi untuk memperlancar tercapainya tujuan. Fungsi ini dapat menjamin bahwa kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan hasil yang diinginkan.

Salah satu disiplin ilmu manajemen adalah manajemen pemasaran, yaitu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu menghasilkan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Pemasaran dapat dikatakan sebagai usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen bila ingin mendapatkan tanggapan yang baik. Perusahaan harus secara penuh tanggung jawab terhadap produk yang ditawarkan tersebut. Dengan demikian, maka segala aktivitasnya harus diarahkan untuk dapat memuaskan konsumen yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Pemasaran jasa pada saat ini menjadi sektor ekonomi yang besar dan pertumbuhannya sangat pesat. Selain diakibatkan oleh jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan zaman. Dipandang dari segi konteks globalisasi, keberhasilan bisnis jasa antar negara ditandai dengan meningkatnya intensitas pemasaran lintas negara serta terjadinya aliansi berbagai penyedia jasa di dunia.

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri seperti layanan antar surat, layanan paket barang, dan pengiriman/transfer uang, yang kini semakin menyadari perlunya peningkatan orientasi kepada pelanggan atau konsumen. Perusahaan manufaktur kini juga telah menyadari perlunya elemen jasa pada produknya sebagai upaya peningkatan *competitive advantage* bisnisnya. Implikasi penting dari fenomena ini adalah semakin tingginya tingkat persaingan, sehingga diperlukan manajemen pemasaran jasa yang berbeda dibandingkan dengan pemasaran tradisional (barang) yang telah dikenal selama ini.

Pariwisata adalah salah satu dari pemasaran jasa yang terlihat perkembangannya di Indonesia. Disisi lain, pariwisata juga sangat penting keberadaannya dalam suatu negara. Dengan adanya pariwisata ini, maka suatu negara atau lebih khusus pemerintah daerah tempat obyek wisata itu berada akan mendapatkan pemasukan dari pendapatan setiap obyek wisata.

Salah satu kabupaten di Jawa Timur yang mendukung untuk dikembangkan potensi pariwisatanya adalah Ponorogo. Kota yang memiliki peninggalan budaya yang banyak sehingga menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun asing. Selain itu juga disebut sebagai kota santri karena memiliki banyak pondok pesantren, salah satu yang terkenal adalah Pondok Modern Darussalam Gontor. Ponorogo merupakan kabupaten terbarat di lingkup Provinsi Jawa Timur karena berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah.

Telaga Ngebel berada di sisi timur Kabupaten Ponorogo yang tepatnya berada di lereng Gunung Wilis, Kecamatan Ngebel. Berdasarkan letak geografis yang berada di kaki gunung wilis, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa obyek wisata ini menyajikan keindahan alam yang indah serta didukung udara yang sejuk. Akses jalan menuju lokasi ada 4 jalur. Jalur pertama dan utama yaitu melalu Desa Wagir Lor, jalur kedua melewati Desa Kemiri, jalur ketiga yaitu melalui Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun, dan jalur keempat melalui Desa Kesugihan Kecamatan Pulung. Tetapi dari keempat jalur tersebut, aksesnya kurang memadai dan dianggap tidak nyaman. Banyak jalan yang rusak dan bergelombang. Apalagi dari jalur selatan yang melewati Desa Kesugihan, jalannya putus akibat tanah longsor. Sampai saat ini diawal tahun 2016, jalan hanya bisa dilalui roda dua. Belum ada upaya perbaikan dari Pemerintah Kabupaten Ponorogo.

Pemerintah melalui Dinas Pariwisataya sangat berperan aktif dalam mendukung dan mengelolanya. Karena objek wisata merupakan salah satu sektor penyumbang pendapatan daerah, secara otomatis wisatawan yang ingin berkunjung akan dikenai biaya karcis masuk yang telah ditetapkan. Tetapi masalah terjadi disaat harga karcis yang tidak menentu. Adanya event dan berbagai acara yang diselenggarakan pihak swasta membuat harga karcis naik drastis. Banyak dari wisatawan yang tidak tidak mengerti akan hal tersebut karena minimnya informasi yang ada. Disisi lain, disaat jam-jam tertentu loket masuk sudah tidak dijaga lagi sehingga wisatawan bebas keluar masuk tanpa ada pungutan karcis.

Adanya fasilitas pendukung seperti arena bermain anak-anak, atraksi air, penginapan, dan berbagai warung lesehan dan rumah makan merupakan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Tetapi semuanya belum dikelola secara baik dan mampu memenuhi permintaan para pengunjung. Dari arena bermain anak-anak hanya ada wahana flying fox, dan belum ada wahana yang lain. Untuk menikmati atraksi air, para pengunjung juga harus mengantri karena jumlah speed boot maupun perahu kayu masih terbatas jumlahnya. Untuk para wisatawan yang ingin bermalam sudah ada fasilitas penginapan, namun pengelolaannya belum maksimal. Tempat penginapan dan hotel belum banyak jumlahnya dan banyak yang tidak mengantongi ijin resmi dari pemerintah maupun pengelola tempat wisata ini.

Seiring dengan naiknya jumlah pengunjung, secara otomatis meningkatkan pendapatan daerah melalui sektor pariwisata serta pendapatan warga sekitar Telaga Ngebel yang menyediakan fasilitas seperti atraksi air, penginapan atau hotel, serta rumah makan dan oleh-oleh khas Ponorogo. Berdasarkan uraian diatas, tergambar bahwa efektivitas kunjungan wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu harga tiket, lokasi, dan fasilitas. Sehingga judul penelitian yang diambil penulis adalah, ” **ANALISIS FAKTOR HARGA TIKET, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN DI TELAGA NGEBEL KABUPATEN PONOROGO**”.

1.2 Perumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh harga tiket, lokasi, dan fasilitas terhadap kunjungan wisatawan di Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Tahun 2016?
2. Faktor manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap kunjungan wisatawan di Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Tahun 2016?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh yang signifikan dari faktor harga tiket, lokasi, dan fasilitas terhadap kunjungan wisatawan di Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Tahun 2016.
2. Untuk mengetahui faktor yang berpengaruh paling dominan terhadap kunjungan wisatawan di Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo Tahun 2016

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Merupakan sumbangan pemikiran dalam sektor Pemasaran dan Pariwisata khususnya di Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo.
 - b. Sebagai bahan atau referensi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin mengembangkan sektor pemasaran dan pariwisata.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pedagang, pemilik penginapan, pemilik atraksi air, agar dapat memberikan masukan tentang cara untuk meningkatkan pendapatannya.
- b. Bagi wisatawan, agar dapat terpenuhi segala kebutuhannya dalam berwisata di Telaga Ngebel.
- c. Bagi pengelola Telaga Ngebel, dapat memberikan informasi sektor mana yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk meningkatkan jumlah pengunjung di Telaga Ngebel.
- d. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, kontribusi positif dan ilmu pengetahuan baru dalam pengembangan Ilmu Manajemen bagi civitas akademika khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo tentang pemasaran.