

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia banyak daerah yang memanfaatkan sumber daya alam menjadi sebuah pariwisata yang dapat di gunakan untuk meningkatkan produktifitas, dan perekonomian masyarakat. Hal ini tertulis dalam Undang Undang Nomer 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah yang menerangkan bahwa daerah mempunyai wewenang untuk mengatur daerahnya masing- masing. Salah satu yang di kembangkan yaitu sektor kepariwisataan, dengan mengubah daerah tersebut, menjadi tempat wisata yang dapat menarik wisatawan. Banyaknya wisatawan tersebut pariwisata di daerah mempunyai potensi besar yang dapat digunakan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Tidak dipungkiri bahwa pemerintah baru didaerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara mandiri dengan memanfaatkan wilayah daerahnya sendiri, Jawa Timur merupakan sebuah provinsi di bagian timur Pulau Jawa Indonesia, dengan ibu kota provinsi yang berada di kota Surabaya. Jawa Timur mempunyai potensi sumber daya alam yang banyak dan melimpah, mulai dari perkebunan. kehutanan, peternakan. pertanian dan lain lain. Pemerintah Jawa Timur berupaya untuk mengembangkan destinasi-destinasi wisata baru yang bertujuan untuk mendorong para pengunjung atau wisatawan, baik wisatawan domestik maupun juga mancanegara, Bidang pariwisata merupakan salah satu bidang unggulan dalam

mendongkrak pertumbuhan ekonomi di provinsi Jawa Timur (Saputri, 2020) Salah satu objek wisata yang berada di Jawa Timur ialah wisata Watu Rumpuk.

Wisata Watu Rumpuk menjadi salah satu obyek pariwisata saat ini berada di kabupaten Madiun, Wisata Watu Rumpuk didirikan pada tahun 2017, yang berlokasi di Desa Mendak. Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun, pada awalnya disitu hanyalah hamparan, semak butan dengan tumpukan, batu batu besar. Desa Mendak adalah salah satu desa, yang memiliki potensi dalam pengembangan dan pengelolaan hasil perkebunan dan lahan aset daerah yang cukup melimpah. Pemerintah desa dan masyarakat desa, telah mengelola aset desa sesuai dengan peraturan yang telah di tetapkan. Tidak ada ornament apapun hingga taman indah yang dipenuhi dengan bunga warna warni, Dua tabun berlalu, dataran seluas 3.5 hektar ini kini berubah menjadi taman bunga yang bagus. Tak hanya membuat taman indah dan tempat tempat ber-swafoto (pemotretan) yang menarik, petani, Desa Mendak terus mengembangkan wisata alam itu menjadi tempat kemah hingga pendakian gunung. Tujuan dari obyek Wisata Watu Rumpuk ini tak hanya, sekedar, menyerap atau mengatasi pengangguran, tetapi juga memperbaiki perekonomian masyarakat dan selain itu juga memperbaiki dan membangun perekonomian yang dulu sempat gulung tikar karena disebabkan musim paceklik dan virus yang beredar saat itu.

Dengan demikian, produk buah dan tanaman tidak perlu lagi dipasarkan di kota lantaran di Watu Rumpuk sudah bisa dijual. Untuk

mengenalkan Watu Rumpuk, selain promosi dengan berbagai sarana pemerintah desa setempat juga menggelar event tahunan dengan mapala, dengan pendakian yang digelar bulan Juni. Selain itu, ada *camp accoustik* April dan taman coklat (Indra Wiratma & Sri Wahyuni, 2022) Seiring berjalanya waktu wisata Watu Rumpuk terus melakukan perkembangan dan perbaikan hingga berhasil meraih beberapa penghargaan. Daya tarik Watu Rumpuk antara lain wisata yang menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk karena berada di lereng Gunung Wilis (Rubianto & Kadi), n.d.)

Terkait hal tersebut salah satu faktor yang mempengaruhi, minat berkunjung wisatawan di objek wisata adalah daya tarik. Daya tarik destinasi adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilibat, oleh wisatawan. Daya tarik destinasi, merupakan salah satu elemen, penting dalam pengembangan pariwisata dimana tempat wisata, dapat melestarikan adat dan budaya sebagai daya tarik untuk wisatawan. Daya tarik wisata, harus dijaga keasliannya serta daya tarik yang dimiliki dapat menjadi produk unggulan yang tidak dimiliki oleh daya tarik wisata lain sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Salim et al., 2022). Dengan demikian semakin banyak atau tinggi daya tarik yang dimiliki objek wisata menjadikan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan menjadi tujuan kunjungan wisatawan sehingga wisatawan tertarik untuk terus berkunjung ke tempat

objek wisata tersebut (U. P. Sari & Bachri, 2022). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Advertising et al., 2022) menunjukkan bahwa daya tarik memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berkunjung. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Novitaningtyas et al., 2022) ditemukan bahwa daya tarik wisata tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan.

Selain itu faktor yang mempengaruhi Minat berkunjung wisatawan di destinasi wisata adalah Aksesibilitas. Menurut (K. Ardiansyah et al., 2022) aksesibilitas merupakan jaringan jalan untuk mempermudah wisatawan terhubung dengan sarana menuju wisata berupa alat transportasi atau akses informasi. Menurut (Sumardi & Jumlad, 2022) aksesibilitas berasal dari kata bahasa inggris “*access*” yang berarti pintu masuk, dan aksesibilitas berasal dari kata inggris “*accessibility*” yang berarti kemudahan penggunaan. Dalam pengertian lain aksesibilitas adalah ukuran kemudahan dan kenyamanan suatu lokasi yang dapat di capai dari lokasi lain melalui sistem transportasi baik dari segi waktu, biaya dan jarak. Aksesibilitas adalah salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata mendapat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, tingkat kemudahan pencapaian ke daerah wisata tersebut akan mempengaruhi perkembangan suatu daerah wisata (Ibnu, 2016) dalam (Ruray & Pratama, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Laing et al., 2022) menunjukkan bahawa aksesibilitas memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berkunjung.

Promosi merupakan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan ke suatu objek wisata. Promosi adalah suatu kegiatan atau usaha untuk memberi informasi dan memberi pengaruh kepada orang lain agar tertarik kepada produk atau jasa yang telah ditawarkan.

Promosi adalah elemen yang dibutuhkan dalam pengembangan suatu wisata (F. Sari & Suyuthie, 2020). Saat ini mempromosikan daya tarik destinasi wisata sangatlah penting karena banyaknya daya tarik wisata yang muncul sebagai kompetitor. Penerapan promosi yang tepat akan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata tersebut (Suwena, 2021). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Sunaryo et al., 2022) menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berkunjung.

Menurut Kotler (2016:198) Dalam (Girsang & Sipayung, 2021) Menyatakan bahwa minat berkunjung wisatawan dalam *Marketing for Hospitality and Tourism* diasumsikan sama dengan minat pembelian. Sedangkan minat beli adalah bagian dari perilaku konsumen, tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Bolang et al., 2021). Minat berkunjung dapat diartikan sebagai keadaan mental seseorang yang mencerminkan

rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu (Yandi et al., 2023).

Minat berkunjung ke wisata Watu Rumpuk di Kabupaten Madiun menunjukkan tren penurunan dari tahun ke tahun. Wisata yang sebelumnya dikenal sebagai destinasi favorit karena keindahan alamnya, seperti pemandangan bukit, udara sejuk, dan suasana asri khas pegunungan, kini menghadapi berbagai tantangan yang mengakibatkan penurunan jumlah wisatawan. Fenomena ini dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan yang menunjukkan tren menurun, meskipun ada upaya promosi yang dilakukan oleh pengelola destinasi maupun pemerintah. Beberapa faktor yang dapat menjelaskan penurunan ini meliputi kurangnya keunikan daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi tersebut. Meski memiliki potensi alam yang luar biasa, seperti hamparan perbukitan hijau dan suasana asri khas pegunungan, daya tarik Watu Rumpuk kurang menonjol dibandingkan destinasi serupa di daerah lain. Kendala Aksesibilitas, Sulitnya akses ke lokasi wisata, baik karena infrastruktur yang kurang memadai, menjadi salah satu alasan wisatawan enggan berkunjung. Promosi yang kurang efektif, strategi promosi yang tidak sesuai dengan segmentasi pasar, terutama di era digital, membuat destinasi wisata kehilangan daya tariknya (Pengelola objek wisata) Berikut adalah data jumlah pengunjung yang berkunjung ke wisata Watu Rumpuk Madiun dari 2019 – 2023 atau lima tahun terakhir.

Tabel 1.1 Data Pengunjung
Perkembangan Data Pengunjung
Wisata Alam Watu Rumpuk

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung/Orang				
		TAHUN				
		2019	2020	2021	2022	2023
1.	Januari	13.207	7.502	Tutup/PPKM	415	532
2.	Februari	8.397	2.878	212	266	221
3.	Maret	5.099	Tutup	170	155	210
4.	April	4.599	Tutup	248	243	176
5.	Mei	2.526	Tutup	351	378	169
6.	Juni	13.789	Tutup	Tutup/PPKM	355	265
7.	Juli	7.427	Tutup	Tutup/PPKM	278	189
8.	Agustus	3.242	Tutup	Tutup/PPKM	196	134
9.	September	3.390	1.235	Tutup/PPKM	191	152
10.	Oktober	2.540	1.309	Tutup/PPKM	226	144
11.	November	3.748	1.204	206	251	139
12.	Desember	7.997	1.032	268	510	173
JUMLAH		75.924	15.190	1.455	3.464	2.504

Sumber : Pengelola Tempat Wisata

Berdasarkan pembahasan di atas dapat kita jabarkan bahwa minat berkunjung wisatawan dapat diasumsikan sama dengan minat beli, sehingga dapat dikatakan bahwa minat berkunjung wisatawan merupakan suatu dorongan dalam diri pengunjung untuk memilih hingga memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah daya tarik destinasi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun
2. Apakah Aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun

3. Apakah Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun
4. Apakah Daya Tarik Destinasi, Aksesibilitas dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Destinasi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Destinasi, Aksesibilitas dan Promosi terhadap minat berkunjung wisatawan ke Wisata Watu Rumpuk Madiun

2. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui tentang fenomena-fenomena yang terjadi dalam pemasaran objek wisata khususnya berkaitan dengan minat berkunjung kembali. Dan juga untuk mendapatkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung.

2. Manfaat Bagi Pengelola Objek Wisata

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pijakan untuk membantu pengelola wisata sebagai penyedia wisata dalam mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kekurangan yang ada

3. Manfaat Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penelitian ini di harapkan bisa menjadi tambahan literatur yang di gunakan sebagai referensi di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya di bidang manajemen pemasaran terkait dengan minat berkunjung.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan di jadikan referensi dalam melakukan penlitian atau skripsi, khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

