BAB I
PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata di dunia khususnya di Indonesia pada era globalisasi saat ini perkembangannya terbilang sangat pesat. Hal tersebut terlihat pada pandangan masyarakat bahwa pariwisata sekarang bukan lagi menjadi suatu hal yang asing, kini pariwisata sudah menjadi bagian dari gaya hidup yang dapat dilakukan oleh masyarakat di semua kalangan yang memiliki keinginan dan kebutuhan untuk bepergian atau berekreasi ke suatu daerah tujuan wisata guna meningkatkan kualitas hidupnya, dan juga untuk menghilangkan rasa penatnya selama beraktifitas sehari-hari. Pariwisata tidaklah memproduksi barang, melainkan hanya memasarkan objek daya tarik wisata yang berada di setiap daerah dan menyertakan pelayanan terbaik sebagai fasilitas penunjang kepada berbagai kelas masyarakat (Juwita dkk, 2016:21).

Seiring dengan berkembang pesatnya arus informasi yang menimbulkan keinginan masyarakat Indonesia untuk mengedepankan media hiburan sebagai pemulihan rasa jenuh dan gaya hidup yang modern, setiap perusahaan pariwisata harus memiliki daya tarik wisata yang dibuat atau dikelola sendiri agar dapat dinikmati oleh para pengunjung. Selain itu, perusahaan pariwisata juga harus mempunyai program komunikasi yang efektif, dengan cara mempromosikan destinasi wisata tersebut dengan memberikan berbagai macam informasi yang menarik kepada masyarakat tentang keindahan maupun keunggulan wisata tersebut (Surgawi dkk, 2016:1).

Salah satu sektor pariwisata yang terletak di wilayah Jakarta Utara yaitu Taman Impian Jaya Ancol. Di dalam kawasan Taman Impian Jaya Ancol, memiliki banyak variasi pilihan tempat rekreasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi oleh para wisatawan seperti objek wisata Dufan, Ocean Dream Samudra dan Atlantis Water Adventures. Atlantis Water Adventures bukan hanya

sekedar wisata kolam renang tetapi juga sebagai taman rekreasi wisata yang memiliki berbagai macam wahana permainan yang terdapat di objek wisata tersebut seperti, Wahana CRAZY, Wahana DRAGON, Wahana Dragon Race, Wahana Skybox, dan Wahana Multistructure yang dapat dikunjungi serta dapat dinikmati oleh para pengunjung baik dari golongan usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa, dan juga tempat rekreasi untuk keluarga. Hampir seluruh permainan/wahana di Atlantis mempunyai keutamaan masing-masing untuk dapat dikunjungi. Atlantis Water Adventures juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang seperti kamar bilas yang mudah ditemukan di setiap sudut *water park*, tempat istirahat yang nyaman bagi wisatawan dan terdapat *foodcourt* bagi para wisatawan yang ingin menyantap makanan di objek wisata tersebut.

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung Pintu Gerbang Utama Ancol, Dufan, Ocean Dream Samudra, Atlantis Water Adventures 2013-2017

Tahun	Pintu Gerbang Utama Ancol	Dufan	Ocean Dream Samudra	Atlantis Water Adventures
2013	15.948.839	1.913.715	1.305.145	887.502
2014	16.748.879	2.059.633	1.121.258	911.194
2015	17.820.962	2.197.117	968.649	865.001
2016	18.007.919	2.201.765	1.052.278	1.020.848
2017	18.713.717	2.300.822	1.045.473	885.472

Sumber: korporate.ancol.com 2019

Berdasarkan tabel 1.1. menunjukkan bahwa pada tahun 2013-2017 jumlah pengunjung pintu gerbang utama Ancol terus mengalami kenaikan, namun hal tersebut tidak berdampak kepada pengunjung Atlantis Water Adventures, sehingga dari total keseluruhan pengunjung yang memasuki pintu gerbang utama ancol hanya berdampak sebesar 5% terhadap wisata Atlantis Water Adventures, dan jika diamati pada tahun 2015 dan 2017 jumlah pengunjung yang memasuki tempat wisata Atlantis mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena daya tarik yang terdapat di objek wisata Atlantis kurang menarik perhatian wisatawan seperti wahana permainannya yang kurang untuk dapat dinikmati serta terdapat kolam renang yang kurang terjaga kebersihannya, sehingga membuat para wisatawan merasa tidak nyaman untuk berkunjung ke wisata Atlantis Water Adventures. Selain daya tarik yang kurang menarik dan kolam renang yang

kurang bersih, promosi yang dilakukan oleh wisata Atlantis kurang gencar sehingga para wisatawan kurang mengetahui tentang objek wisata Atlantis Water Adventures. Selain dari segi daya tarik wisata dan promosi, hal yang menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Atlantis adalah harga, harga yang telah ditetapkan oleh wisata Atlantis masih terbilang mahal oleh para wisatawan.

Daya tarik wisata, Promosi, dan Persepsi harga, merupakan tiga faktor yang harus diperhatikan perusahaan pariwisata, keputusan berkunjung wisatawan akan tercapai jika perusahaan pariwisata memperhatikan dan melakukan dengan baik ketiga faktor tersebut. Menurut (Aprilia dkk, 2017:18) Daya tarik wisata mempunyai berbagai macam keindahan alam maupun buatan yang memiliki keunikan dengan keanekaragaman nilai budaya yang menarik perhatian wisatawan untuk dapat dikunjungi. Daya tarik wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan akan menimbulkan dampak positif bagi perusahaan pariwisata.

Promosi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen, agar dapat mendorong konsumen untuk membeli suatu produk/jasa yang telah perusahaan tawarkan melalui berbagai macam iklan, baik melalui media cetak maupun media sosial (Megantara, 2017:4). Promosi juga bermanfaat untuk mengembangkan sektor pariwisata agar objek wisata ramai dikunjungi para wisatawan, maka setiap perusahaan pariwisata harus memberikan strategi promosi yang tepat agar wisatawan dapat tertarik dengan objek wisata tersebut.

Persepsi merupakan sebuah proses untuk mendapatkan berbagai macam informasi yang dapat diterima melalui pendengaran dan penglihatan, sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan yang diperoleh oleh para konsumen. Harga merupakan sebuah nilai yang tercantum dalam suatu produk atau jasa. Setiap perusahaan harus memikirkan secara matang tentang keputusan yang telah ditetapkan dalam harga, agar perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang diinginkan (Surgawi dkk, 2016:3). Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa persepi harga merupakan suatu proses dimana konsumen menafsirkan sebuah nilai

harga tentang kesesuaian dan manfaat terhadap barang atau jasa yang diinginkan oleh para konsumen.

Keputusan berkunjung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan yang diambil oleh seseorang atau kelompok untuk melakukan sebuah kegiatan perjalanan ke daerah tujuan wisata tertentu yang dituju, dengan tujuan untuk berlibur/berekreasi, menghilangkan rasa penat selama beraktifitas sehari-hari, mempelajari situs-situs bersejarah dan mencari tahu keunikan yang ada di suatu daerah/wisata, hingga menikmati daya tarik wisata pada destinasi yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu (Juwita dkk, 2016:23). Pada tahap timbulnya sebuah keputusan, para konsumen menyadari bahwa mereka menyukai sebuah produk atau jasa tertentu yang mereka ingin kunjungi sesuai dengan kebutuhan dan manfaatnya. Keputusan berkunjung akan timbul apabila daya tarik wisata memiliki berbagai macam keindahan yang dapat memikat hati para wisatawan, dan keputusan berkunjung juga akan timbul apabila perusahaan pariwisata mengadakan kegiatan promosi yang menarik perhatian wisatawan untuk dapat berkunjung ke objek wisata tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan yang ada pada objek wisata Atlantis Water Adventures, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Daya Tarik Wisata, Promosi, Dan Persepsi Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata (Studi Wisata Atlantis Water Adventures Ancol)".**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dan penelitian ini memiliki arah yang jelas, maka perlu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik wisata berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ?
4. Apakah daya tarik wisata, promosi, dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan berkunjung ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan berkunjung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap keputusan berkunjung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik wisata, promosi, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Peneliti

   Manfaat peneliti untuk mengetahui tentang pentingnya pengetahuan dibidang pemasaran agar dapat mengembangkan bisnis dengan baik. Serta untuk mengetahui pentingnya daya tarik wisata, promosi, dan persepsi harga terhadap keputusan berkunjung agar dapat memperluas wawasan dan pengetahuan yang di dapat selama di bangku perkuliahan.
2. Manfaat Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi industri pariwisata khususnya objek wisata Atlantis Water Adventures dalam mengembangkan objek wisata dan strategi pemasaran melalui promosi, hal tersebut dilakukan untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif pada masa sekarang dan masa yang akan datang.
3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

   Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam memberikan pengembangan teori mengenai faktor

yang mempengaruhi daya tarik wisata, promosi, dan persepsi harga, serta keputusan berkunjung wisatawan.