

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang dikenal kaya akan berbagai macam keindahan didalamnya. Dilihat dari keindahan alam, buatan, budaya serta kuliner. Mulai dari laut, gunung berapi, hingga safari diangkat dalam budaya dijadikan sebagai produk-produk destinasi pariwisata. Oleh karena itu Indonesia akan memiliki banyak peluang di bidang pariwisata yang nantinya dapat berdampak positif bagi perekonomian Indonesia.

Sektor pariwisata merupakan komponen penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah. Sektor pariwisata memberi dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang terdapat pada suatu kawasan atau lokasi yang menjadi tujuan wisata. Pariwisata menjadi salah satu program perencanaan pembangunan yang diperhatikan pemerintah daerah. Hal ini dikarenakan bahwa pariwisata adalah salah satu sektor yang strategis dalam pengembangan perekonomian daerah. Selain sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata dianggap mampu mengurangi angka pengangguran. Dalam perekonomian nasional, pariwisata merupakan sektor yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa, dikutip dari

Aliansyah, H. & Wawan, H. (2019). Saat ini sektor pariwisata menjadi sektor utama dalam menggerakkan perekonomian di Kota Batu. Dapat dilihat berbagai macam destinasi wisata yang ada di kota tersebut, mulai dari destinasi wisata alam, wisata buatan, wisata edukasi, budaya dan lain sebagainya.

Kota Batu sendiri merupakan kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota Batu di bentuk pada tahun 2001 sebagai pecahan dari Kabupaten Malang. Sebelumnya wilayah Kota Batu merupakan bagian dari kesatuan Wilayah Pengembangan 1 (SSWP 1) Malang Utara. Kota Batu terletak 15 km sebelah barat Kota Malang, berada di jalur Malang-Kediri dan Malang-Jombang. Bersama dengan Kabupaten Malang dan Kota Malang, Kota Batu merupakan bagian dari kesatuan wilayah yang dikenal dengan Malang Raya. Kota Batu terkenal dengan pariwisata dan pertaniannya, hal ini dikarenakan sebagian besar penduduk Kota Batu bekerja sebagai petani dimana hasil pertanian utama dari Kota Batu adalah buah, bunga dan sayur-mayur dan penduduk Kota Batu merupakan penggerak kegiatan pariwisata, dikutip dari BPKRI (2017) sehingga akan banyak dijumpai berbagai macam destinasi wisata yang ada di Kota Batu salah satunya adalah Coban Lanang.

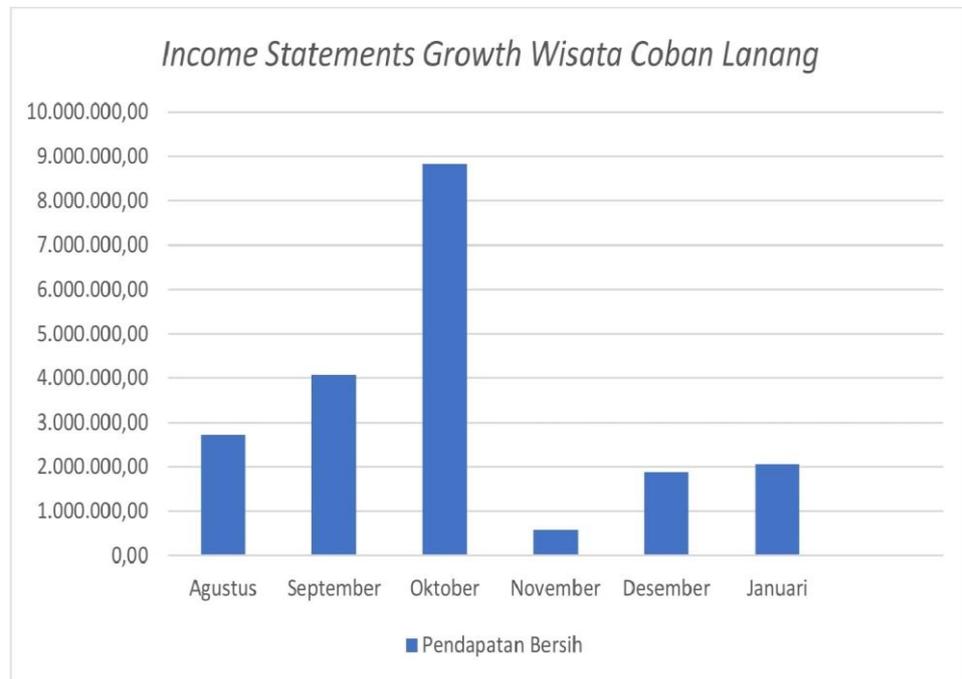
Coban Lanang merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di Kota Batu, Kabupaten Malang. Coban Lanang merupakan wisata alam air terjun yang memiliki keindahan yang tersendiri. Dalam sejarahnya Sumber air Coban Lanang berasal dari aliran sungai Kali Lanang yang

terhubung dengan Sungai Brantas, Jawa Timur. Cerita dari masyarakat setempat mengatakan bahwa konon sumber air Coban Lanang keluar dari alat kelamin pria, dan tempat ini konon dilindungi oleh sesosok makhluk gaib yaitu Mbah Kabul Joyo Sampurno.

Saat ini Coban Lanang sudah menjadi salah satu tujuan wisata di Kota Batu, berkat dikelola oleh perusahaan CV. Berkah Coban Lanang dan bekerja sama dengan CV. Suka Alam yang mengambil konsep semi modern terlihat dari tatanan ruang, fasilitas, dan produk wisatanya yang menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung. Wisata Coban Lanang melakukan *soft opening* pada tanggal 8 Agustus 2021. Pada 2 (dua) minggu pertama Wisata Coban Lanang dibuka untuk umum, Wisata Coban Lanang mengadakan promo yaitu gratis biaya tiket masuk bersyarat. Syarat yang ditetapkan cukup mudah, hanya dengan *follow* atau mengikuti salah satu akun media sosial yaitu Instagram *official* milik Wisata Coban Lanang. Dengan diberlakukannya promo pada 2 (dua) minggu pertama ini menyebabkan Wisata Coban Lanang cukup ramai pengunjung sehingga memiliki pendapatan cafe yang tinggi yaitu senilai Rp. 4.105.000, namun pendapatan tiket pada bulan Agustus masih rendah yaitu senilai Rp. 705.000,00. Pada 2 (dua) bulan selanjutnya, dapat dilihat dari grafik *income statements growth* Wisata Coban Lanang mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Hal ini adalah dampak dari promo yang dilakukan pada bulan Agustus dan terjadi *customer word of mouth*.

Gambar 1

### Diagram Pertumbuhan Pendapatan Coban Lanang



(Sumber: Dokumen internal Wisata Coban Lanang, 2022)

Berdasar diagram 1 terlihat bahwa tingkat pendapatan tertinggi terjadi pada Bulan Oktober dan terjadi penurunan drastis pada Bulan November. Hal ini terjadi karena Wisata Coban Lanang terkena dampak musibah banjir bandang di Kota Batu yang mengakibatkan *accident* pada salah satu fasilitas yang berada di Wisata Coban Lanang yaitu akses utama menuju air terjun berupa jembatan hanyut terkena aliran arus banjir yang deras. Karena yang terdampak banjir adalah akses utama menuju air terjun maka penurunan wisatawan yang berkunjung di Wisata Coban Lanang menurun drastis Berikut adalah jumlah data pengunjung di destinasi wisata Coban Lanang.

**Tabel 1.1**  
**Data Kunjungan Destinasi Coban Lanang**

No	Bulan	Tahun	Kunjungan wisatawan	Total wisatawan
1.	Agustus	2021	36	372
2.	September	2021	152	
3.	Oktober	2021	87	
4.	November	2021	52	
5.	Desember	2021	45	
6.	Januari	2022	67	7.254
7.	Februari	2022	70	
8.	Maret	2022	76	
9.	April	2022	56	
10.	Mei	2022	87	
11.	Juni	2022	170	
12.	Juli	2022	100	
13.	Agustus	2022	95	
14.	September	2022	1.364	
15.	Oktober	2022	1.846	
16.	November	2022	1.562	
17.	Desember	2022	1.761	
18.	Januari	2023	2.174	8.148
19.	Februari	2023	1.882	
20.	Maret	2023	2.324	
21.	April	2023	1.768	

Sumber : Dokumen internal wisata Coban Lanang, 2023

Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi bauran pemasaran 4P (*Product, Price, Promotion* dan *Place*) yang ada di destinasi wisata

Coban Lanang. Dalam pelaksanaannya destinasi wisata Coban Lanang sudah berupaya untuk menerapkan strategi bauran pemasaran 4P meskipun pada saat ini masih belum berjalan dengan maksimal dan belum diketahui bagaimana strategi ini dapat berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang. Coban Lanang memiliki beberapa produk yang ditawarkan kepada pengunjung antara lain wisata alam air terjun Kali Lanang, *tubing*, petik stroberi, *rafting*, *paintball*, *outbound fun games*, *cafe* dan lain sebagainya dengan harga yang ditawarkan untuk perpaketnya sebanding dengan fasilitas yang akan pengunjung dapatkan saat memilih produk jasa yang diinginkan. Coban Lanang sebelumnya memasarkan produknya melalui *door to door*, kemudian seiring berjalannya waktu dan tren pariwisata mulai berkembang pesat Coban Lanang mulai memasarkan produknya melalui sosial media seperti instagram dan tiktok akan tetapi promosi yang paling efektif untuk menunjang semakin banyaknya pengunjung adalah instagram dimana pengunjung mengunggah postingannya dan mention sosial media Kaliwatu, selain itu melalui pameran dan web resmi Coban Lanang.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema *Product, Price, Promotion* dan *Place* apakah berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi Coban Lanang Kota Batu.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Product* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang?
2. Bagaimana pengaruh *Price* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang?
3. Bagaimana pengaruh *Promotion* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang?
4. Bagaimana pengaruh *Place* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang?
5. Diantara *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place* manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Product* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang.

2. Mengetahui pengaruh *Price* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang.
3. Mengetahui pengaruh *Promotion* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang.
4. Mengetahui pengaruh *Place* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang.
5. Mengetahui pengaruh yang paling dominan diantara *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place* terhadap minat pengunjung berkunjung ke destinasi wisata Coban Lanang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

##### 1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis pada penelitian ini adalah dengan adanya penelitian ini penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa study khususnya teori pemasaran pariwisata dan konsep *product*, *price*, *promotion* dan *place* dalam mempengaruhi minat berkunjung ke destinasi wisata.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Memberikan pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place* terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata

### b. Bagi Perusahaan

Berdasarkan adanya Penelitian ini perusahaan diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai tolak ukur dan pertimbangan informasi dalam pengembangan dan keberlangsungan perusahaannya sekaligus mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan untuk kedepannya.