

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan sumber daya alam serta budaya yang melimpah, yang menghasilkan banyak pendapatan untuk sektor perjalanan dan wisata. Salah satu industri yang mendorong ekspansi ekonomi negara adalah pariwisata itu sendiri. Perekonomian negara diharapkan berkembang sebagai akibat dari potensi industri pariwisata untuk wisata alam dan budaya.

Pariwisata adalah kegiatan bermanfaat yang berhubungan dengan alam dan secara langsung mempengaruhi serta melibatkan masyarakat, membawa berbagai manfaat bagi masyarakat dan sekitarnya. Bahkan pariwisata dikatakan memiliki daya dorong yang luar biasa yang dapat membawa berbagai perubahan dalam masyarakat lokal. Manfaat adanya pariwisata meliputi dari nilai ekonomi, sosial budaya, lingkungan, sosial, dan ilmiah serta kesempatan kerja. Pariwisata mempunyai kegunaan bagi suatu bangsa dan penduduknya dimana manfaatnya dapat langsung dirasakan oleh masyarakat secara keseluruhan.<sup>1</sup>

Memanfaatkan potensi yang melekat pada suatu objek wisata merupakan salah satu strategi pengembangannya. Sudah menjadi rahasia umum bahwa berikut ini adalah tiga atraksi wisata utama: buatan, alam dan manusia itu sendiri. Pengembangan pariwisata berdasarkan potensi alam serta sumberdaya manusianya, dapat diketahui melalui kemajuan sebuah daerah dalam mengelola pariwisatanya..

Provinsi Jawa Timur mempunyai luas 4,78 juta hektar atau 26,37% dari luas pulau Jawa yang terdiri dari 29 Kabupaten dan 9 Kota, karena Jawa Timur ini merupakan pulau terbesar yang ada di Pulau Jawa jadi potensi menjadi destinasi wisata lebih besar. Wilayah Jawa Timur dapat diakses melalui jalur darat, air dan udara serta memiliki banyak laut dan pegunungan yang dapat dimanfaatkan sebagai obyek wisata.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Yoeti, *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2008), 191

<sup>2</sup> “Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, Provinsi Jawa Timur dalam Angka Tahun 2020, <https://jatim.bps.go.id/statictable/2021/05/18/2126/luas-daerah-jarak-dan-jumlah-pulau-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2020.html>.” (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur Surabaya, Mei 2021).

Di bidang pariwisata Jawa Timur merupakan salah satu provinsi industri pariwisata yang memiliki banyak daya tarik wisata alam, buatan, budaya, dan minat khusus yang berpotensi menjadi daya tarik wisata unggulan Jawa Timur. Daerah wisata dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan yang diharapkan memberikan efek positif bagi daerah-daerah sekitarnya. Mengembangkan wilayah tertentu sebagai pusat pertumbuhan akan memberikan dampak pertumbuhan pada daerah-daerah sekitarnya sehingga pengembangan pariwisata di Jawa Timur juga dapat mendorong industri pariwisata daerah lain.

Jawa Timur mempunyai beberapa tempat yang kaya akan pariwisatanya salah satunya adalah Kabupaten Tuban. Kabupaten Tuban merupakan daerah yang memiliki sumber-sumber potensial yang dapat dimanfaatkan sebagai kesejahteraan penduduknya. Salah satu sumber potensial itu adalah dari sisi objek wisata. Banyak sekali tempat wisata yang menarik di Kabupaten Tuban seperti Pantai Boom, Pantai Panyuran, Wana Wisata Air Panas Prataan, Air Terjun Ngelirip, Goa Akbar, Goa Ngerong, Tebing Pelangi, Wisata Pelang dan Wana Wisata Pantai Sowon yang merupakan pantai pasir putih yang keadaannya dibiarkan apa adanya terkesan alami dan menawarkan seribu pesona keindahan. Ketika ombaknya berdeburan menyentuh batu karang dan rerumputan, ditopang nyiur dedaunan perdu di sepanjang pantainya, menjadikan suasana wisata begitu nyaman untuk dinikmati.

Wana Wisata Pantai Sowon Tuban ini ada di bawah pengelolaan KPH Perhutani Jatirogo Tuban. Meski masyarakat kabupaten Tuban lebih mengenal obyek wisata tersebut sebagai wisata Pantai Sowon, namun tulisan yang ada di depan gerbang masuk tertulis jika wisata tersebut bernama Wana Wisata Sowon. Wisata ini mempunyai luas 32 hektar dengan hamparan hutan yang hijau dan subur mengelilingi Pantai Sowon, sehingga pastinya akan membuat suasana disekitar pantai menjadi berbeda dibandingkan dengan pantai lainnya.

**Gambar 1.1**  
**Obyek Wana Wisata Pantai Sowan**



Karena kondisi tersebut, daerah tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan. Untuk menjadikan Ekowisata Pantai Sowan sebagai destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Tuban Indonesia, KPH Jatirogo Tuban terus berupaya untuk menarik lebih banyak wisatawan ke destinasi wisata ini sekaligus semakin menarik pengunjung untuk kembali.

Zaethalm et al menekankan bahwa pentingnya mengukur minat beli kembali (*future intention*) pelanggan untuk mengetahui keinginan pelanggan yang tetap setia atau meninggalkan suatu barang atau jasa.<sup>3</sup> KPH Jatirogo Tuban sadar bahwa menumbuhkan minat kunjung sangatlah sulit karena keinginan berkunjung atau berlibur adalah selera masing-masing dari konsumen yang tentunya berbeda-beda. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengunjung di obyek Wana Wisata Pantai Sowan yang mengalami penurunan setiap tahunnya yang dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>3</sup> Zeithaml et al, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications For Future Research". *Journal of Marketing* 49, no.4, pp.41-50 (1985): 41, diakses pada 07 November, 2022, <http://www.jstor.org/stable/1251430>.

**Tabel 1.1**  
**Data Pengunjung Obyek Wana Wisata Pantai Sowan**  
**Tahun 2017-2021**

No	Bulan	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Januari	34,122	36,483	33,354	36,597	27,128
2	Februari	22,618	21,859	14,323	19,216	18,128
3	Maret	22,201	0,679	22,709	22,087	20,878
4	April	23,869	19,510	20,318	26,534	27,128
5	Mei	37,591	33,097	34,290	28,170	22,128
6	Juni	26,182	10,825	26,599	8,794	49,602
7	Juli	47,885	53,967	23,785	36,526	33,250
8	Agustus	27,821	21,711	41,972	17,879	21,974
9	September	22,146	22,721	22,971	21,235	20,960
10	Oktober	24,681	24,863	7,655	22,290	21,594
11	November	21,251	20,573	5,320	14,410	15,692
12	Desember	42,130	50,531	34,063	45,926	42,425
<b>Jumlah</b>		<b>352,497</b>	<b>336,819</b>	<b>327,359</b>	<b>319,664</b>	<b>320,841</b>

Sumber: Pengelola Obyek Wana Wisata Pantai Sowan, 2022

Jumlah pengunjung yang datang ke Kawasan Wisata Pantai Sowan mengalami penurunan pada tahun 2018, 2019, dan 2020 seperti dapat dilihat pada Tabel 1.1. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan menunjukkan bahwa Wana Wisata Pantai Sowan yang sudah di kelola dengan sangat baik masih belum memiliki opsi untuk memperluas minat wisatawan kembali ke tempat Wana Wisata Pantai Sowan. Meningkatkan atau mempertahankan jumlah pengunjung objek Wana Wisata Pantai Sowan sangatlah sulit, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung kembali diantaranya adalah lokasi wisata, biaya tiket masuk wisatawan dan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata dan pelayanan dimata wisatawan khususnya.

Lokasi menurut Lupiyoadi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi<sup>4</sup>. Sedangkan Kasmir berpendapat bahwa lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk menjangkau barang-barang dagangannya.<sup>5</sup> Menurut Tjiptono

<sup>4</sup> Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 61.

<sup>5</sup> Kasmir, *Etika Customer Servis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 129

pemilihan tempat/ lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut: Akses, Visibilitas, Lalu lintas (*traffic*), Ekspansi, Lingkungan, dan Persaingan.<sup>6</sup> Keberhasilan perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh lokasinya yang strategis. Saat memilih lokasi, pertimbangan yang cermat mencakup apakah mudah dijangkau atau tidak dan seberapa terlihat lokasinya. Perusahaan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan dan dari tempat parkirnya. Keberhasilan suatu bisnis dapat ditentukan oleh seberapa besar dan amannya. Pelanggan akan lebih mudah membeli produk atau jasa jika lokasinya strategis dan terjangkau. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat. Untuk mencapai tujuannya. Hal ini menunjukkan bahwa produsen selalu memperhatikan peran yang dimainkan konsumen dalam proses pembelian. Pelanggan akan lebih cenderung memutuskan untuk menggunakan produk atau layanan jika berada di lokasi yang terjangkau.

Wana Wisata Pantai Sowan merupakan objek wisata yang terletak di Ds. Bogorejo, Kec. Bancar, Kabupaten Tuban, Jawa Timur tepatnya di sebrang jalan pantura dimana dalam akses transportasi kendaraan sangat mudah, untuk kendaraan roda dua dan empat bisa masuk bebas dengan kapasitas parkir yang cukup luas. Dengan didukungnya faktor lingkungan yang sangat asri jauh dari polusi jalanan membuat wisata sowan ini semakin cantik akan lingkungannya. Namun dari banyaknya faktor-faktor yang menjadi daya tarik wisatawan, dalam akses untuk sarana penginapan yang ada di Wana Wisata Sowan masih belum tersedia dan akses untuk ke hotel pun sangat jauh karena lokasi yang jauh dengan perkotaan Tuban di tambah lokasi persaingan yang begitu banyak oleh pantai-pantai lainnya yang disekitar pantai sowan.

Hal ini terbukti dari pra survei yang dilakukan oleh peneliti 19 dari 30 responden, menyatakan bahwa lokasi di sowan sudah pas akan tetapi dari segi akses untuk penginapan di sini sangat sulit. Dari hasil pra survei tersebut dapat diketahui bahwa faktor lokasi sangatlah penting bagi wisatawan untuk berkunjung kembali ke objek wisata. Hal tersebut didukung oleh penelitian dari Andes Rahmat Fajrin, dkk yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pada

---

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andy Offset, 2002), 92

Objek Wisata Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar.<sup>7</sup>

Kemudian yang kedua adalah promosi, menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan yang menonjolkan keistimewaan produknya yang membujuk konsumen agar membelinya.<sup>8</sup> Sedangkan menurut Suryana promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli.<sup>9</sup> Promosi sendiri merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Berdasarkan pengertian ini maka promosi merupakan aktivitas komunikasi yang berasal dari informasi yang tepat dan dapat berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali. Wisatawan akan mengetahui suatu produk barang atau jasa lewat promosi yang dilakukan pihak pengelola produk barang atau jasa sehingga dapat memengaruhi minat berkunjung kembali. Unsur promosi yang digunakan disusun oleh lingkungan, terutama oleh keadaan atau kondisi permintaan wisatawan. Upaya KPH Jatirogo Tuban untuk mempromosikan Wana Wisata Pantai Sowan sebagai objek wisata kurang terbukti dengan tidak adanya iklan atau informasi yang memadai tentang pesona objek wisata di berbagai outlet mainstream dan media sosial. Selain itu, Wana Wisata Pantai Sowan tidak secara langsung memasarkan atraksinya kepada masyarakat umum melalui grafik pemasaran pariwisata. Promosi yang dilakukan admin Wana Wisata Pantai Sowan sendiri menggunakan media instagram dan facebook dengan akun @wahanasowan. Pernyataan tersebut didapat dari tanggapan 25 dari 30 responden terhadap pra-survei peneliti.

Hal ini berarti bahwa promosi memiliki peranan penting terhadap minat berkunjung kembali. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian dari Yofina Mulyati dan Miko Afrinata yang

---

<sup>7</sup> Andes Rahmat Fajrin, dkk., “Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar”, *Jurnal Ekonomi KIAT* 31, no.1 (2021): 40, diakses pada 08 November, 2022, <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>.

<sup>8</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), 41

<sup>9</sup> Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 112

menyimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berkunjung kembali.<sup>10</sup>

Kemudian yang terakhir adalah harga, dimana harga merupakan suatu nilai produk, karna akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli, sehingga perlu pertimbangan khusus untuk menentukan harga tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong harga Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>11</sup> Harga yang ditawarkan pada obyek wisata sangat mempengaruhi wisatawan dalam menentukan apakah mereka berminat berkunjung atau tidak, karena harga merupakan hal yang paling sensitif bagi wisatawan. Mahal atau tidaknya harga dapat dinilai sendiri oleh para wisatawan karena kebutuhan dari wisatawan itu berbeda-beda akan tetapi wisatawan cenderung lebih tertarik kepada harga yang relatif murah.<sup>12</sup>

Untuk Harga tiket masuk di Wana Wisata Pantai Sowan Rp 10.000 pada hari biasa dan Rp 12.000 Saat *Weekend*. Tarif parkir berkisar Rp 2.000- Rp 20.000, ketentuan harga tersebut ditetapkan oleh kepala Perhutani pusat yang ada di Tuban. Pernyataan tersebut didapat dari Pengelola Pantai Sowan (Bapak Parwoto) terhadap pra-survei peneliti. Namun disini lain peneliti juga melakukan pra survei juga terhadap wisatawan 17 dari 30 responden yang menyatakan dibandingkan harga di pantai-pantai lain sekitar Tuban, Harga Pantai Sowan lebih mahal dibandingkan dengan pantai yang lain. Dari hasil tersebut faktor harga mampu menkelaskan variasi minat kunjung ulang seperti yang telah disebutkan oleh Ari Ardi Susanto dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh positif

---

<sup>10</sup> Yofina Mulyati dan Miko Afrinata, "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik)", *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 6, no.2 (2018): 191.

<sup>11</sup> Kotler Philip dan Amstrong Gary, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12, ( Jakarta: Penerbit Erlangga, 2013), 151

<sup>12</sup> Lebu et al, Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Objek Wisata Danau Linow, *Jurnal EMBA*, 7(4) 2019: 5505:5513.

terhadap minat kunjung ulang di Objek Wisata Air Owabong Kabupaten Purbalingga.<sup>13</sup>

*Research Gap* penelitian ini jika dilihat mendalam dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lokasi, promosi dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Namun dalam penelitian terdahulu melakukan penelitian dengan 2 variabel dependen yang tidak fokus dengan satu variabel dependen (minat berkunjung kembali). Untuk membedakan dan memunculkan *research gap* penelitian maka dalam hal ini peneliti memodifikasi dengan menggunakan teori TPB (*Theory Planned Behaviour*) dan hanya fokus dengan satu variabel dependen yaitu minat berkunjung kembali.

Dari hasil pemaparan diatas, yang menjadi objek penelitian ini adalah Objek Wana Wisata Pantai Sowan, peneliti ingin melakukan penelitian dengan alasan: memahami, mengukur dan mempertimbangkan pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap minat berkunjung kembali wisatawan, dikarenakan sangatlah penting bagi pihak pengelola Wana Wisata Pantai Sowan. Mencermati fenomena tersebut, khususnya yang terjadi pada Objek Wana Wisata Pantai Sowan perlu kiranya melakukan eksplorasi terkait dengan konstruksi strategi efektif yang digunakan, serta upaya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga menciptakan Minat Berkunjung Kembali. Peneliti tertarik dengan hal-hal tersebut dan melakukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Harga Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Wana Wisata Sowan Tuban**”

## B. Rumusan Masalah

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban

---

<sup>13</sup> Ari Ardi Susanto, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Wisatawan Dan Minat Kunjungan Kembali (Studi Pada Pengunjung Objek Wisata Air Owabong Kabupaten Purbalingga)”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis MEDIA EKONOMI* 17, no.2 (2017): 102-107



### C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban.
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban.
3. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali di obyek Wana Wisata Pantai Sowan Tuban.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan informasi ilmiah bagi akademisi dan perguruan tinggi, yang selanjutnya dapat dijadikan bahan kajian awal untuk mendorong adanya penelitian lanjutan yang lebih mendalam.
  - b. Sebagai referensi tentang komponen-komponen yang berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali obyek wana wisata pantai sowan.
2. Manfaat Praktis
  - a. Sebagai pemenuhan salah satu syarat akademik bagi peneliti untuk menyelesaikan studi pada progam studi manajemen bisnis syariah institut agama islam negeri kudus
  - b. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada dinas pariwisata mengenai pengaruh lokasi, promosi dan harga untuk meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana di obyek wana wisata pantai sowan
  - c. Sebagai bahan dan informasi bagi pengelola obyek wana wisata pantai sowan dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

### E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi deskripsi teori setiap variabel, penelitian terdahulu kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian dan prosedur analisis data.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini berisi gambaran obyek dan subjek penelitian dan juga analisis dari hasil pengelolaan data dan pembahasan mengenai model lokasi, promosi dan harga terhadap minat berkunjung kembali di obyek wisata pantai sowan Tuban.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dan saran dari hasil rumusan masalah.

