

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tempat-tempat rekreasi serta tempat-tempat wisata yang bersaing saat ini sudah semakin banyak. Oleh sebab itu para pemilik tempat wisata bersaing untuk membuat strategi agar tempat wisata yang mereka kelola tersebut menjadi menarik dan minat para pengunjung untuk mengunjunginya pun semakin besar. Seiring berjalannya waktu, minat masyarakat akan tempat wisata semakin besar dikarenakan sangat dibutuhkannya tempat *refreshing* serta ketertarikan akan tempat wisata tersebut. Banyaknya tempat tujuan wisata menjadi alternatif bagi masyarakat Bandar Lampung khususnya dalam mengisi waktu libur ataupun sebagai tujuan rekreasi, keinginan, serta ketertarikan lah yang mengantarkan masyarakat tersebut untuk datang ke tempat wisata tersebut.

Saat ini yang sering dikunjungi kebanyakan oleh masyarakat Bandar Lampung maupun luar Bandar Lampung ialah obyek wisata Lembah Hijau, dikarenakan banyak sekali wahana serta produk-produk yang ditawarkan. Lembah Hijau adalah taman wisata berorientasi lingkungan yang memadukan antara rekreasi bernuansa kesegaran alam lembah nan hijau dan pengetahuan, taman wisata yang terletak dipusat ibukota Bandar Lampung. Taman wisata Lembah Hijau ini diresmikan pada tanggal 26 April 2007, yang berdiri di atas kawasan lembah seluas 15 Ha di

Jalan Raden Imba Kesuma Ratu Kelurahan Sukadana Ham Tanjung Karang Barat Bandar Lampung, berbagai wahana rekreasi menarik mulai dari wahana air, *OutBound*, *Camping Ground*, wahana permainan, hingga wahana rekreasi bernuansa pengetahuan alam sengaja dipersembahkan untuk memanjakan saat-saat santai bagi masyarakat pengunjung. Dan biaya untuk masuk pun relatif terjangkau per orang dikenakan biaya sebesar 10 ribu rupiah dan untuk rombongan diberikan potongan 30% dengan minimum 35 orang.

Tabel 1.1. Jumlah pengunjung lembah hijau dari bulan Januari- Juli 2013

Bulan	Hari	Hari
Januari	9.075	3.284
Februari	6.118	1.986
Maret	13.445	3.410
April	6.026	3.039
Mei	5.878	2.021
Juni	6.002	3.205
Juli	4.065	1.887

Sumber : Lembah hijau

Jika dilihat dari tabel jumlah pengunjung dari bulan januari hingga juli jumlah pengunjung di Wisata Lembah Hijau sangat tidak stabil. Oleh sebab itu dengan memberikan jasa yang sesuai dan dengan menerapkan program bauran pemasaran besar kemungkinan untuk pihak pengelola pariwisata dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke objek Wisata Lembah Hijau. Apabila wisatawan ingin mempersepsikan bauran pemasaran jasa yang meliputi, *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), *Place* (Tempat/distribusi), *Physical Evidence* (Kondisi Fisik), *Process* (Proses) dan *People* (Orang) sesuai dengan harapannya, yang berbeda (unik) dan unggul dibandingkan dengan objek wisata di daerah lain maka diduga akan berpengaruh terhadap proses minat berkunjung untuk mengunjungi objek wisata Lembah Hijau. Dalam suatu keputusan untuk

melakukan minat berkunjung, biasanya konsumen memutuskan dari produk dan jasa apa yang akan ditawarkan, harga yang sesuai dan sebagainya.

Untuk itu riset penelitian ini dilakukan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi *Marketing Mix* (bauran pemasaran jasa) sebagai keunggulan bersaing terhadap proses keputusan wisatawan mengunjungi objek wisata Lembah Hijau. Kenaikan jumlah pengunjung yang meningkat menjadi suatu ukuran bahwa tempat wisata telah berhasil menjadi tempat wisata yang menarik agar minat masyarakat untuk datang berkunjung pun semakin besar. Hal ini juga dapat memberikan suatu asumsi bahwa tempat wisata telah menjadi satu alternatif baru bagi masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya, sekaligus sebagai tempat dimana mereka dapat memperoleh pengalaman baru. Berdasarkan uraian di atas maka dilakukan penelitian dengan judul, **“Implementasi *Marketing mix* dan Pengaruhnya Terhadap Minat berkunjung Taman Wisata Lembah Hijau”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Product* taman wisata lembah hijau terhadap minat berkunjung ?
2. Bagaimana pengaruh *price* taman wisata lembah hijau terhadap minat berkunjung ?
3. Bagaimana pengaruh *place* taman wisata lembah hijau terhadap minat berkunjung ?

4. Bagaimana pengaruh *promotion* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung ?
5. Bagaimana pengaruh *people* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung ?
6. Bagaimana pengaruh *physical evidence* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung ?
7. Bagaimana pengaruh *process* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung ?
8. Bagaimana pengaruh *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process* terhadap minat berkunjung ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *product* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung.
2. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *price* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung.
3. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *place* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung.
4. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *promotion* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung.
5. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *people* taman wisata limbah hijau terhadap minat berkunjung.

6. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *physical evidence* taman wisata lembah hijau terhadap minat berkunjung.
7. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *process* taman wisata lembah hijau terhadap minat berkunjung.
8. Guna untuk mengetahui dan menganalisis *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process* terhadap minat berkunjung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas maka penelitian ini diharapkan dapat:

1. Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi atau masukan bagi taman wisata lembah hijau di Bandar Lampung untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* terhadap minat berkunjung.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi tambahan bagi pihak taman wisata lembah hijau untuk pembahasan mengenai peningkatan minat berkunjung terhadap taman wisata lembah hijau.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori *marketing mix* dan penerapannya di lapangan.
4. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya permasalahan atau objek yang sama demi pengembangan baik secara umum maupun khusus terhadap ilmu pengetahuan yang dijadikan dasar penelitian ini.