

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara kepulauan yang memiliki pesona keindahan alam dan banyak tempat wisata yang dapat membantu perkembangan pariwisata di Indonesia. Indonesia merupakan sektor pariwisata yang unggul, karena Indonesia memiliki banyak pesona keindahan alam dan memiliki sumber daya alam yang sangat mendukung dan memiliki keanekaragaman budaya yang menjadi salah satu daya tarik wisata. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang dapat membantu memajukan ekonomi Negara.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Wisata itu sendiri merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok untuk sekedar rekreasi, mempelajari keunikan di daerah tersebut ataupun pengembangan pribadi dalam jangka waktu yang sementara.

Jawa Timur menjadi salah satu provinsi di Indonesia yang mampu menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Hal ini terbukti dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Timur melalui pintu masuk Juanda sebesar 18,33 persen dari 25.143 kunjungan pada bulan Juli 2019 menjadi 29.751 kunjungan pada bulan Agustus 2019.

Taman Safari Indonesia II merupakan salah satu wisata kebun binatang di

Kabupaten Pasuruan Jawa Timur, yang terletak di Desa Jatiarjo Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan. Taman Safari Indonesia II tidak hanya wisata kebun binatang saja, tetapi Taman Safari ini juga merupakan wahana wisata keluarga berwawasan lingkungan yang berorientasi pada satwa atau binatang di Alam Bebas atau bisa disebut Lembaga Konservasi Ex-Situ karena satwa di sini dilindungi dan dilestarikan. Taman Safari Indonesia II merupakan wisata yang sangat luas dari seluruh taman safari yang ada di Indonesia dan juga lebih luas dari wisata kebun binatang Batu Sreet Zoo dan Kebun Binatang Surabaya.

Kotler (2003) mengartikan promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk pada pasar sasaran. Tujuan promosi adalah memberitahukan (*informing*), membujuk (*persuading*), mengingatkan (*reminding*), dan pementapan (*reinforcement*). Fungsi promosi adalah mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli, menumbuhkan ketertarikan atas produk atau jasa kepada calon pembeli, dan mengembangkan hasrat calon pembeli untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung. Promosi memiliki fungsi untuk menciptakan image tujuan menarik wisatawan supaya berminat untuk berkunjung ke wisata tersebut. Promosi merupakan arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang maupun organisasi kepada tindakan yang meliputi periklanan, promosi penjualan serta hubungan masyarakat.

Promosi biasanya dilakukan dalam bentuk iklan yang menarik baik dari media offline maupun media online. Promosi biasanya juga dilakukan dalam bentuk promosi penjualan seperti potongan harga pada harga tiket dan harga souvenir.

Dengan kegiatan promosi ini diharapkan pengusaha mampu mempengaruhi konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Untuk itu produsen harus memberitahu, mengenalkan, mempengaruhi dan memberikan informasi bahwa produk yang ditawarkan tersebut dapat memberi manfaat tertentu sehingga konsumen tertarik. Beberapa penelitian terdahulu Prianti (2017); Mahmudah (2018); Anggraeni (2019); dan Fajaria (2020) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Menurut UU No.10 tahun 2009 Atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Atraksi wisata merupakan pertunjukan atau tontonan yang memiliki daya tarik bagi para pengunjung sehingga pengunjung tertarik dan berminat berkunjung ke wisata tersebut.

Atraksi wisata bisa berupa atraksi alam, atraksi budaya dan juga atraksi yang dibangun. Atraksi alam meliputi keindahan alam yang terdapat pada objek wisata tersebut. Atraksi budaya seperti pertunjukan yang memiliki nilai seni. Atraksi yang dibangun seperti tempat satwa yang dibangun, arsitek modern, gedung bersejarah yang dibangun sangat menarik. Dalam kegiatan atraksi wisata yang diselenggarakan oleh pengusaha wisata diharapkan menjadi destinasi daya tarik wisata dan mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi wisata tersebut. Beberapa penelitian terdahulu (Rossadi (2018); Mauludin (2017) dan Kamil dkk (2017) yang menyatakan bahwa atraksi wisata berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Menurut Yoeti (2003) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tempat wisata yang dikunjunginya. Fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung, karena fasilitas merupakan segala hal yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah kunjungan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut.

Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang telah disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen saat berkunjung ke wisata tersebut. Ada 3 jenis fasilitas yang berupa fasilitas utama, fasilitas pendukung dan fasilitas pelengkap. Dalam menyediakan fasilitas ada hal yang harus diperhatikan yaitu kelengkapannya, kebersihannya, kerapiannya, kondisi serta kemudahan menggunakan fasilitas tersebut. Sehingga konsumen dapat menggunakan fasilitas dengan mudah dan nyaman. Beberapa penelitian terdahulu Fajaria (2020); Rudiati dkk (2018); Pratama (2017); Zai(2017) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap minat berkunjung.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, peneliti mengambil beberapa variabel yang sama dan beberapa variabel tambahan. Sehingga dalam penelitian ini penulis memutuskan untuk mengambil judul: *Pengaruh Promosi, Atraksi Wisata, Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung*. (Studi Pada Taman Safari Indonesia II).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen?
2. Bagaimana pengaruh atraksi wisata terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen?
4. Bagaimana pengaruh promosi, atraksi wisata dan fasilitas secara bersama-sama terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen.
2. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat berkunjung di Taman Safari II Prigen.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, atraksi wisata dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh pada minat berkunjung di Taman Safari II Prigen.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi Taman Safari Indonesia II

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pihak Taman Safari Indonesia II dalam menerapkan strategi bisnis yang tepat dengan mempertimbangkan promosi, atraksi wisata dan fasilitas wisata terhadap minat berkunjung.

2. Bagi Universitas Yudharta Pasuruan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan ilmiah dan menjadi bagian dalam koleksi perpustakaan Universitas Yudharta Pasuruan.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat menambah wawasan mengenai dunia bisnis yang sebenarnya sehingga dapat mengimplementasikan teori yang telah dipelajari dengan keadaan yang sebenarnya terjadi dalam kehidupan nyata.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dalam penelitian sejenis selanjutnya dengan objek penelitian yang lebih bervariasi.