

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Proyeksi kunjungan wisatawan global tahun 2010 oleh *World Tourism Organization* akan mencapai 1.018 juta orang wisatawan dengan pertumbuhan meningkat rata-rata 4,1% tiap tahunnya dimana pertumbuhan terbesar berada di kawasan Asia Timur Pasifik termasuk Indonesia yaitu sebesar 7,6% setiap tahunnya. Berdasarkan angka-angka tersebut maka perekonomian di wilayah Asia Timur atau Pasifik akan sangat dipengaruhi oleh sektor pariwisata baik dari penerimaan devisa, tenaga kerja yang akan terserap di sektor pariwisata (wisatatrend.com)

Sumatera barat adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Sumatera dengan Padang sebagai Ibu kota. Sumatera Barat memiliki beragam pariwisata yang sangat populer, salah satunya Kabupaten 50 Kota. Kabupaten 50 Kota secara geografis sangat strategis dalam pengembangan kepariwisatawan. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu, aksesibilitasnya terletak dipinggir jalan antara Padang-Pekan Baru, iklimnya yang sejuk dan potensi yang sangat banyak seperti topografi yang berbukit dan bergunung yang memiliki banyak sungai, goa alam, air terjun serta dengan karakteristik alam yang sebagian besar masih cukup asli. Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota memiliki tempat-tempat wisata yang sangat banyak yaitu:

Tabel 1.1

Nama-nama objek wisata di Kota Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota

No	Nama Objek Wisata	Tempat
1	Jembatan Kelok Sembilan	Kec.Harau Kab.50 Kota
2	Lembah Harau	Kec.Harau Kab.50 Kota
3	Rumah gadang Sungai beringin	Kec.Payakumbuh
4	Bukik Bulek Taram	Taram Kab.50 Kota
5	Kapalo Banda Taram	Taram Kab.50 Kota
6	Air Terjun Lubuk Bulan	Kec.Mungka Kab.50 Kota
7	Ngalau Indah	Kec.Payakumbuh
8	Ampangan	Kec.Payakumbuh Selatan
9	Padang Mengatas	Kab. 50 Kota
10	Paralayang Diateh Bukik	Kec.Payakumbuh
11	Ngalau Sompik	Kec.Payakumbuh
12	Puncak Marajo	Kec.Payakumbuh
13	Ratapan Ibu	Kota Payakumbuh
14	Rumah Tan Malaka	Kota Payakumbuh
15	Danau aia songsang	Kab. 50 Kota
16	Aia Haba Balaban	Kab. 50 Kota
17	Goa Ngalau Seribu	Kec.Harau Kab.50 Kota
18	Air Terjun Sarasah Murai Gantiang	Kec.Harau Kab.50 Kota
19	Bukit Batu Manda	Kec. Guguak Kab. 50 Kota

Sumber: tempat Wisata Seru.com

Dari sekian banyak objek wisata yang ada di Payakumbuh dan Kabupaten 50 Kota. Objek wisata Lembah Harau yang paling digemari wisatawan lokal maupun wisatawan asing. Dapat dilihat pada tabel jumlah data pengunjung wisatawan.

Tabel 1.2

**Jumlah Data Pengunjung Wisatawan di Lembah Harau Selama Lima Tahun Terakhir
Dari Tahun 2011-2015**

No	Tahun	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara	Jumlah
1	2011	119.027	718	119.745
2	2012	135.559	918	136.477
3	2013	152.717	2.977	155.697
4	2014	160.242	3.255	163.479
5	2015	106.133	1.973	108.106

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota

Berdasarkan tabel di atas jumlah kunjungan wisatawan selama lima tahun terakhir tidak stabil. Jumlah pengunjung objek wisata lembah harau pada tahun 2011 sampai tahun 2014 memang terus mengalami peningkatan baik itu jumlah wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Akan tetapi jumlah wisatawan yang berkunjung ke objek wisata pada tahun 2015 turun drastis.

Objek wisata Lembah Harau terletak di Nagari Taratang, Kecamatan Harau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Provinsi Sumatera Barat. Lembah Harau mempunyai tujuh air terjun (sarasah) yang mempesona. Ketinggian masing-masing air terjun berbeda-beda antara 50-90 meter. Air terjun tersebut mengalir dari atas jurang yang membentang di sepanjang lembah harau dengan ketinggian antara 150 hingga 200 meter.

Kawasan objek wisata lembah harau terdiri atas 2(dua) kawasan: Kawasan Aka Barayun dan Sarasah Bunta. Pada kawasan Aka Barayun memiliki keindahan air terjun yang mempunyai kolam renang, yang memberikan nuansa alam yang indah, asri dan berpotensi untuk mengembangkan olah raga panjat tebing karena memiliki bukit batu yang terjal dan juga mempunyai lokasi yang bisa memantulkan suara. Pada aka barayun juga terdapat fasilitas

penginapan berupa *home stay* yang bisa di manfaatkan wisatawan yang ingin menginap di kawasan objek wisata Lembah Harau. Sarasah Bunta terletak disebelah timur Aka Barayun memiliki empat air terjun (Sarasah Aie Luruhi, Sarasah Bunta, Sarasah Murai dan Sarasah Aia Angek) dengan telaga dan mempunyai kolam tempat mandi alami yang asri.

Masyarakat yang tinggal di Lembah Harau tersebut sangat ramah terhadap pengunjung yang datang, baik kepada wisatawan asing maupun wisatawan lokal. Keramahan masyarakat membuat pengunjung menjadi betah di kawasan Lembah Harau sehingga banyak turis lokal maupun turis asing berkunjung ulang ke objek wisata Lembah Harau. Keputusan konsumen merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2011 dalam Hernilia, 2016). Definisi lain keputusan konsumen adalah preferensi konsumen atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai (Kotler, 2012). Merek mempengaruhi pendapatan perusahaan karena konsumen akan membeli barang dengan merek yang terkenal.

Menurut Ramadahan (2015) sebelum melakukan perjalanan wisata, seorang calon wisata terlebih dahulu melakukan sebuah proses mental, sebagian calon wisatawan mereka juga mempersiapkan atau menjadwalkan perjalanan mereka, mereka juga mempersiapkan fisik dan material mereka dan tentu banyak proses-proses yang mereka lakukan agar bisa sampai kepada tujuan mereka. Sehingga nantinya perjalanan mereka berjalan dengan mudah. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan menurut Pitana dan Gayatri (2005) dalam Ramadahan (2015), antara lain sebagai berikut:

1. Karakteristik wisatawan, baik karakteristik sosial, ekonomi (umur, pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebelumnya), maupun karakteristik perilaku (seperti motivasi, sikap, dan nilai yang dianut)

2. Kesadaran akan manfaat perjalanan, pengetahuan terhadap destinasi yang akan dikunjungi, citra destinasi.
3. Gambaran perjalanan, yang meliputi jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, kendala waktu dan biaya, bayangan akan resiko ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata.
4. Keunggulan daerah tujuan wisata, yang meliputi jenis dan sifat atraksi yang ditawarkan kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang juga sangat penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan wisata adalah citra (*image*) yang dimiliki.

Keberhasilan suatu objek wisata tidak lepas dari pengaruh bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus-menerus untuk mencapai tujuan pemasaran (Kotler, 2002). Pariwisata memiliki sifat dasar *intangibly, heterogeneity, perishability, dan inseparability* (Holloway dan Robinson (the) Purnomo, 2009) sehingga masuk dalam cakupan bauran pemasaran jasa yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *physical evidence* (kondisi fisik), *process* (proses), dan *people* (orang) (Payne, 2001 dalam Januarista *et al.*, 2013)

Karena adanya pariwisata ini maka pengangguran-pengangguran akan berkurang karena banyaknya pekerja yang ingin bekerja di tempat Lembah Harau. Dan ini sangat menguntungkan bagi masyarakat yang tinggal di lembah harau. Karena masyarakat biasa berjualan di Lembah Harau tersebut, sehingga pendapatan masyarakat akan meningkat dan juga kemiskinan akan berkurang di Kab.50 Kota dan sekitarnya. Berdasarkan latar belakang di atas maka diperlukan

penelitian mengenai “*Analisis Bauran Pemasaran Pada Wisatawan di Lembah Harau Kab.50 Kota*”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana gambaran bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *physical evidence* (kondisi fisik), *process* (proses), dan *people* (orang) pada wisatawan Lembah Harau Kab.50 Kota.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui gambaran bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *physical evidence* (kondisi fisik), *process* (proses), dan *people* (orang) wisatawan Lembah Harau Kab.50 Kota.

1.4 Manfaat Penelitian

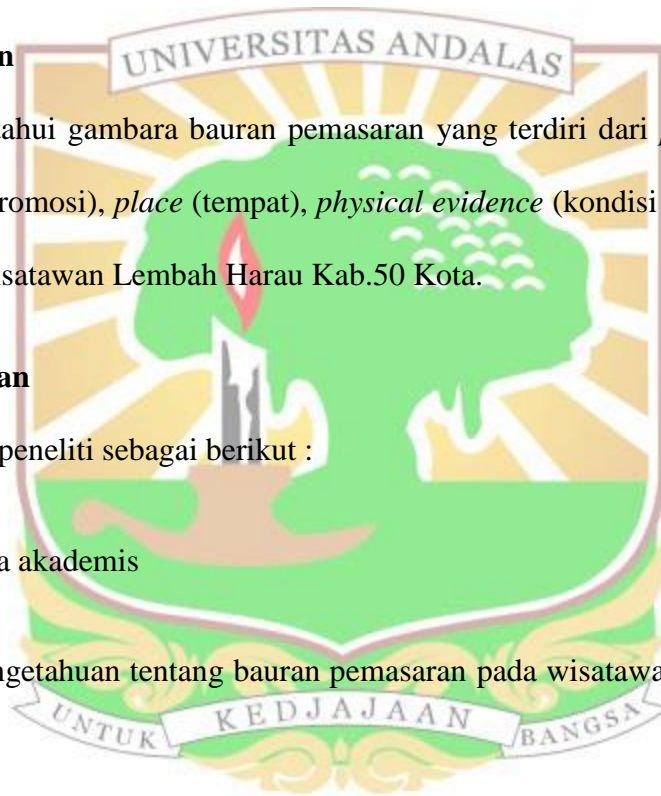
Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat secara akademis

Untuk menambah pengetahuan tentang bauran pemasaran pada wisatawan lembah harau Kab.50 Kota Payakumbuh.

2. Manfaat secara praktis
 - a. Bagi Pengelola objek wisata

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi pengelola wisata Lembah Harau.



b. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dan instansi terkait terutama dalam bidang pemasaran dan pengambilan keputusan tentang kebijakan-kebijakan atau aturan berkaitan dengan objek.

1.5 Sistematika Penyajian

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab I ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penyajian.

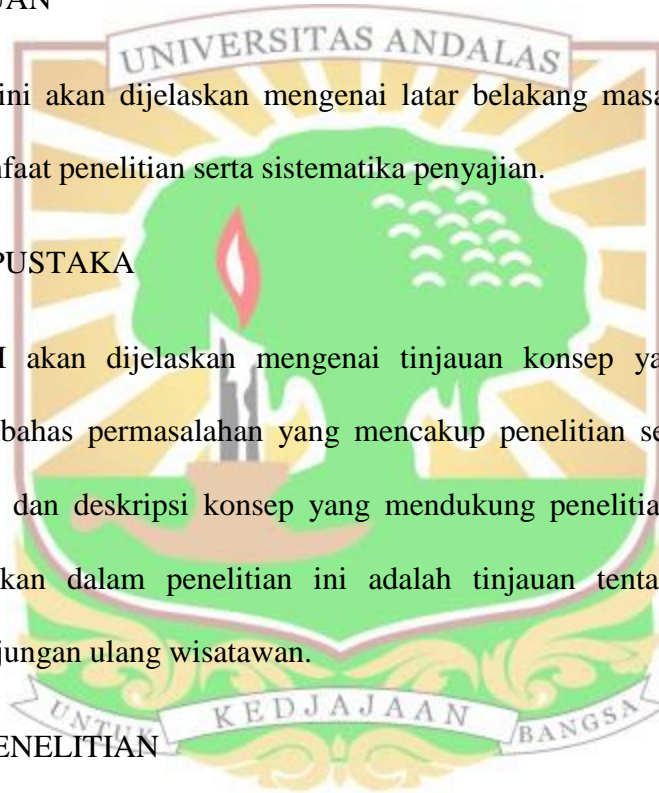
BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab II akan dijelaskan mengenai tinjauan konsep yang digunakan sebagai landasan dalam membahas permasalahan yang mencakup penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini dan deskripsi konsep yang mendukung penelitian ini. Adapun tinjauan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan tentang bauran pemasaran, pemasaran dan pengujungan ulang wisatawan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab III akan dijelaskan mengenai lokasi penelitian, definisi operasional variabel (DOV), jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penentuan informan, serta teknik analisis data yang hendak digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN



Dalam bab IV akan dijelaskan mengenai hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan pokok permasalahan bauran pemasaran pada wisatawan Lembah Harau Kab.50 Kota.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab V akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran dari hasil kesimpulan yang didapatkan terhadap objek wisata Lembah Harau.

