

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan aktivitas bepergian dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan, kepuasan, kesehatan, pengetahuan, berziarah, menjalankan tugas, istirahat, dan tujuan lainnya (Pradini G. A., 2023) Pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan di Indonesia yang merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Potensi besar yang dimilikinya, menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor utama dalam perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan wilayah. Menurut (Kalila,D.P .,2023) Pariwisata memiliki pengaruh yang cukup besar dalam berbagai aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial budaya, pemberdayaan SDA (Sumber Daya Alam), dan lingkungan sekitarnya. Pariwisata merupakan salah satu sektor jasa berbasis kreatif yang bisa memaksimalkan potensi kekayaan yang dimiliki Indonesia.

Pada tahun 2023, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mencatat pendapatan devisa negara terhitung dari Januari hingga September 2023 mencapai US\$ 10,46 miliar. Dalam laporan perkembangan wisatawan terdapat perkembangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Pada bulan Januari 2023 dan Januari 2024 menunjukkan tren yang signifikan dalam pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Pada bulan Januari 2023, jumlah kunjungan wisatawan mencapai 798.469, sedangkan pada bulan yang sama di tahun 2024, jumlah kunjungan meningkat menjadi 927.746, menandai kenaikan sebesar 16,19%. Perlu dicatat bahwa kunjungan pada bulan Januari 2024 juga mengalami penurunan dibandingkan dengan bulan sebelumnya, yaitu Desember 2023, yang mencatat jumlah kunjungan sebesar 1.144.542. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia pada bulan Januari

2024 didominasi oleh negara Malaysia (16,73%), Australia (13,70%) , Singapura (9,40%) , Tiongkok (8,81%), Timor Leste (5,96%).

Pariwisata merupakan salah satu kunci pendongkrak perekonomian masyarakat karena kegiatan ini berhubungan langsung dengan kehidupan masyarakat daerah wisata. Bagi sebagian besar masyarakat yang daerahnya tidak memiliki sumber daya alam maupun yang daerahnya bukan daerah industri namun sebaliknya memiliki sumber daya budaya maka pariwisata menjadi pilihan sebagai tulang punggung perekonomian karena pariwisata memiliki *multiplier effect* yang begitu andal dalam menggerakkan roda perekonomian walaupun dia sendiri sesungguhnya tidaklah handal terhadap berbagai isu (Riani,N.K 2021).

Destinasi pariwisata adalah tempat atau wilayah yang mempunyai pesona khusus bagi pengunjung. Pesona ini bisa berupa kecantikan alam, warisan budaya, atraksi budaya, kegiatan rekreasi, peristiwa khusus, atau gabungan dari hal-hal tersebut. Destinasi pariwisata menjadi titik fokus bagi individu yang ingin berlibur, melepas penat, atau mengeksplorasi lokasi baru. Destinasi pariwisata menurut UU No 10 tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dalam suatu daerah sebuah objek wisata menjadi tujuan wisatawan dengan memiliki daya tarik wisata yang membuat wisatawan tertarik mengunjungi destinasi wisata tersebut. Suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata terutama perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari (Sugiana, 2014). Salah satu komponen penting yaitu atraksi wisata.

Atraksi wisata merupakan suatu aktivitas yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu tempat. Menurut (Alfitriani; Putri. 2021) bahwa atraksi adalah elemen produk dan Atraksi merupakan elemen produk yang paling penting yang ada di destinasi wisata, dan yang menjadi alasan inti pengunjung untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut Menurut Sujali (

Fajira, D , 2020) Atraksi merupakan sebagai sesuatu yang permanen dalam daerah tujuan wisata, Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) Natural Resources (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Maka dari itu, pentingnya memiliki atraksi wisata atau kegiatan yang berbeda dengan destinasi pada wisata lain.

Kota Bekasi merupakan salah satu kota yang berdekatan dengan Kota Jakarta, yang sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam pertumbuhan sektor industri dan perumahan. Namun, pertumbuhan sektor pariwisata belum berkembang. Meski demikian, pariwisata menjadi sektor yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai sumber pendapatan alternatif. Hingga saat ini, objek wisata di Kota Bekasi didominasi oleh pusat perbelanjaan dan wisata kuliner. Konsep wisata alam, yang diminati oleh Wisatawan karena menawarkan pengalaman yang berbeda dan menyegarkan, masih belum banyak diusung oleh pengelola wisata di Kota Bekasi. Menurut Halwa, S. (2023) Dalam kondisi dan karakteristik objek wisata alam di Kota Bekasi wisata alam air mendominasi sebaran objek wisata alam yang ada di Kota Bekasi, hal tersebut karena sebagian wilayah Kota Bekasi merupakan wilayah dataran rendah dan dilalui oleh peretemuan hulu sungai cikeas dan cileungsi, sehingga sebagian besar objek wisata alam yang tersebar di 12 kecamatan di Kota Bekasi merupakan situ danau buatan ataupun revitalisasi sungai Dengan wisata alam yang didominasi dengan wisata air.

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bekasi

Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata					
Wisatawan Mancanegara			Wisatawan Nusantara		
2021	2022	2023	2021	2022	2023
-	-	666	1.730.651	945.028	2.779.315

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat

Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS) provinsi Jawa Barat, jumlah kunjungan Wisatawan ke objek objek wisata di kota Bekasi menunjukkan tren peningkatan yang positif. Dengan kenaikan kunjungan Wisatawan setiap tahun maka pemerintah Bekasi memerlukan ragam destinasi wisata dan objek wisata yang menyeluruh di setiap daerah. Menurut Halwa, S. (2023) pengelolaan objek wisata yang ada dikota Bekasi harus lebih

diperhatikan fasilitas dan dikembangkan wisata alam tidak hanya wisata air sehingga dapat meningkatkan minat Wisatawan untuk mengunjungi objek wisata alam.

Jakarta Escape, sebagai salah satu objek wisata di daerah Bekasi, berpotensi untuk mengembangkan atraksi wisata berbasis alam yang dapat menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara. Dilansir dari website *Jakarta escape* memiliki konsep *city garden* dengan area seluas 7 hektar berbagai atraksi dan aktifitas wisata menarik seperti penginapan, kolam renang, kafe, hutan bambu, *mini zoo*, berkuda, dan pembuatan tempe. Wisatawan yang datang disuguhkan pemandangan dan asrinya suasana disekitar area objek wisata yang dipenuhi dengan area hijau dengan pepohonan besar dan hutan bambu. Dalam area hutan bambu terdapat area spot foto dengan *mini zoo*, Dimana wisatawan dapat berinteraksi dan memberikan makanan hewan. Selain itu terdapat kafe yang Bernama *breezy café* dan *Sunday market* yang hanya ada pada hari minggu diisi dengan para pelaku usaha mikro kecil (UMKM) serta terdapat *live music* yang dapat dinikmati wisatawan. Pengunjung yang datang ke *Jakarta Escape* cukup beragam mulai dari pasangan, keluarga dan anak sekolah. Selama 1 tahun terakhir dimulai dari 2023 – 2024 akhir jumlah pengunjung terus meningkat setelah mengalami penurunan pengunjung akibat pandemi. Setiap akhir pekan jumlah pengunjung mencapai 900 – 1000 wisatawan yang mengunjungi objek wisata tersebut. Banyaknya atraksi wisata yang baru dan aktifnya promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata tersebut apakah berpengaruh dalam peningkatan kunjungan tersebut. Selain menawarkan berbagai atraksi menarik, *Jakarta Escape* juga dapat mengimplementasikan bauran promosi yang efektif untuk meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan

Suatu destinasi wisata tidak luput dari sebuah promosi untuk menyampaikan produk yang dimiliki oleh destinasi tersebut kepada wisatawan. Upaya yang perlu dilakukan melalui promosi dengan sasaran wisatawan mengenai keberadaan objek wisata tersebut. Menurut Hania et al. (Andrianto, M. S., 2020) keputusan berkunjung ke objek wisata dipengaruhi oleh bauran promosi dan citra destinasi. Wisatawan dapat mengetahui informasi terbaru

mengenai destinasi wisata melalui promosi. Armstrong et al., (Andrianto, M.S., 2020) Menyebutkan bahwa bentuk-bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola wisata antara lain periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung. Sukmawati (Mahfudoh, A. 2022) menyatakan bahwa tujuan dari kegiatan promosi itu sendiri adalah untuk mempengaruhi para calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan bekeinginan untuk melakukan kunjungan kembali. Salah satunya memberikan kesan serta promosi yang merata melalui social media untuk mengkomunikasikan setiap kegiatan dan atraksi wisata yang baru terhadap calon wisatawan ataupun wisatawan yang pernah berkunjung untuk melakukan kunjungan Kembali.

Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait pengaruh atraksi wisata dan bauran promosi terhadap minat kunjung Kembali wisatawan pada objek wisata Jakarta Escape. penulis akan mengkaji bagaimana Atraksi wisata dan bauran promosi yang tepat dapat meningkatkan minat kunjung Wisatawan kembali. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola Jakarta Escape dan pemangku kepentingan lainnya di Bekasi untuk merancang dan mengimplementasikan strategi promosi dan pengembangan wisata yang lebih efektif. Objek wisata ini sudah cukup lama beroperasi tetapi wisatawan yang berkunjung belum stabil. Tujuan penelitian ini untuk melihat seberapa pengaruh atraksi wisata dan bauran promosi dalam minat kunjung kembali wisatawan ke objek wisata. Maka dengan itu penulis melakukan penelitian ini dengan mengambil judul “ **PENGARUH ATRAKSI WISATA DAN BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT KUNJUNG KEMBALI KE OBJEK WISATA JAKARTA ESCAPE**”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh atraksi wisata terhadap minat kunjung wisatawan kembali ke objek wisata *Jakarta escape*?

2. Apakah terdapat pengaruh bauran promosi terhadap minat kunjung wisatawan kembali ke objek wisata *Jakarta escape*?
3. Apakah terdapat pengaruh atraksi wisata dan bauran promosi terhadap minat kunjung Kembali pada objek wisata *Jakarta escape*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh atraksi wisata terhadap minat kunjung wisatawan kembali ke objek wisata *Jakarta escape*.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap minat kunjung kembali pada objek wisata *Jakarta escape*.
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi dan atraksi wisata terhadap minat kunjung kembali pada objek wisata *Jakarta escape*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini berperan sebagai penyumbang informasi yang penting dalam memperdalam pemahaman ilmu khususnya yang berkaitan dengan perencanaan dan pengembangan destinasi wisata, bauran promosi (*Promotion mix*), dan atraksi wisata. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan ilmiah peneliti.

2. Bagi Pengelola

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pengelola destinasi wisata terutama dalam memahami kualitas atraksi wisata dan promosi yang dilakukan oleh pengelola. Pengelola dapat mengetahui bagaimana promosi dan pemeliharaan atraksi wisata yang dapat mempengaruhi minat kunjung wisatawan Kembali ke objek wisata, dan meningkatkan promosi.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi para peneliti di bidang pariwisata. Terutama pada bidang konsentrasi perencanaan dan pengembangan destinasi wisata, terutama mengenai atraksi wisata dan bauran promosi (*promotion mix*) terhadap minat kunjung wisatawan kembali.