

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Yoeti (1996, hlm. 109) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi untuk memenuhi keinginan yang beragam. Perjalanan tersebut biasanya dilakukan untuk mencari suasana yang baru dan berbeda dengan suasana rutinitasnya sehari-hari dengan tujuan yang bermacam-macam, ada yang bertujuan untuk beristirahat, mencari ketenangan bersenang-senang, dan masih banyak lagi tujuan lainnya.

Indonesia dengan kekayaan keanekaragaman hayati baik di darat maupun di perairan (laut) memiliki peluang yang sangat besar dalam meraih atau memperoleh manfaat dari kekayaan sumber daya alam tersebut. Potensi wisata alam dengan daya tarik yang tinggi merupakan potensi yang bernilai jual tinggi sebagai objek wisata, sehingga pariwisata alam layak untuk dikembangkan. Pembangunan kepariwisataan Indonesia dari waktu ke waktu telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Potensi pariwisata yang sangat beragam telah menjadikan Indonesia sebagai salah satu daerah tujuan wisata internasional, dan hal ini pula yang mendorong pemerintah daerah berupaya melakukan pembenahan dan pengembangan seluruh potensi yang dimiliki. Persaingan dalam era globalisasi akan membuka peluang bagi perusahaan yang bergerak di berbagai bidang dan harus dapat berusaha menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan tersebut, maka setiap perusahaan berlomba-lomba menampilkan produk-produk yang dapat memuaskan konsumen serta adanya tuntutan kebutuhan dari konsumen, dan dalam dunia pariwisata. Wisatawan merupakan kunci keberhasilan bagi sebuah kawasan wisata. Kawasan wisata yang berdiri tidak akan dapat dikenal dunia jika tidak ada wisatawan yang mengunjunginya, dan kawasan wisata tersebut pun tidak akan mendapatkan keuntungan, baik berupa *image* yang dipandang positif oleh masyarakat dan wisatawan ataupun *financial*. Hal tersebut merupakan tantangan tersendiri yang dihadapi perusahaan ditengah persaingan yang sangat ketat. Banyak diketahui bahwa wisatawan memiliki keinginan yang sangat beragam saat melakukan perjalanan wisata sesuai dengan minatnya.

Dengan mengerti mengapa orang bepergian, selayaknya perusahaan membuat, merencanakan produk-produk atau paket wisata yang menarik guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang dan agar wisatawan itu kembali lagi berkunjung dan membawa wisatawan lainnya. Demi menciptakan kepuasan pengunjung, perusahaan harus senantiasa berusaha untuk merencanakan, mengembangkan, memberikan, memperbaharui, dan menambahkan setiap produknya agar dapat menambah *value* dan daya guna atas produk yang ditawarkan sehingga tingkat harapan pengunjung dapat terpenuhi.

Jawa Barat adalah salah satu destinasi yang banyak diminanti oleh wisatawan domestik dan mancanegara, karena memiliki banyak potensi wisata didalamnya. Lingkungan alam yang indah, pegunungan yang alami, kebudayaan yang menarik, masyarakat yang ramah, dan berbagai potensi lainnya dapat memberikan prospek yang bagus apabila terus dikembangkan. Alam yang indah dapat dimanfaatkan oleh sektor pariwisata sebagai salah satu kawasan wisata alam yang dapat dinikmati oleh seluruh wisatawan. Tentu saja harus tetap memperhatikan dari segi pengelolaan dan pengembangan dari kawasan wisata alam tersebut agar tetap lestari. Kawasan wisata alam saat ini merupakan jenis wisata yang paling terkenal dan banyak disukai semua kalangan. Jenis wisata ini memiliki daya tarik dan manfaat tersendiri bagi para pengunjungnya, wisata alam biasanya menjadi salah satu andalan suatu daerah untuk menarik para wisatawan. Salah satu daerah di Indonesia yang sekiranya dapat dikembangkan dan lebih di daya gunakan lagi sebagai daerah tujuan wisata adalah Kabupaten Purwakarta, Jawa barat.

Kabupaten Purwakarta merupakan salah satu daerah yang sangat berpotensi untuk kegiatan pariwisata karena memiliki banyak tempat tujuan wisata menarik, baik yang bersifat alam maupun buatan yang menyebar disemua wilayah Kabupaten Purwakarta.

TABEL 1.1
DAFTAR DAYA TARIK WISATA KABUPATEN
PURWAKARTA TAHUN 2018

No	Obyek	Klasifikasi
1	Gramas Tirta Jatiluhur	Destinasi Wisata
2	Taman Air Mancur Sri Baduga	Destinasi Wisata

3	Situ Wanayasa	Destinasi Wisata
4	Diorama Purwakarta	Destinasi Wisata
5	Sentra Keramik Plered	Pusat Kerajinan
6	Giri Tirta Kahuripan	Destinasi Wisata
7	Waduk Cirata	Destinasi Wisata
8	Gunung Parang	Destinasi Wisata Olahraga
9	Gunung Bongkok	Destinasi Wisata Olahraga
10	Taman Cikao	Destinasi Wisata

Sumber: Disporaparbud Kabupaten Purwakarta 2018

Berdasarkan tabel 1.1 sebagian besar daya tarik wisata di Kabupaten Purwakarta merupakan daya tarik wisata alam. Daya tarik wisata tersebut memiliki peranan penting dalam menyumbang jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Purwakarta. Salah satu daya tarik wisata andalan di Kabupaten Purwakarta adalah Grama Tirta Jatiluhur.

Grama Tirta Jatiluhur merupakan salah satu kawasan wisata yang menawarkan daya tarik alam berupa hamparan air di danau seluas 83km² dengan dikelilingi bukit dan pegunungan serta beberapa fasilitas, yaitu, gedung pertemuan, ruang meeting, tempat parkir yang luas, family karaoke dan restoran. Kawasan wisata Grama Tirta Jatiluhur ini berada di Satuan Kawasan Wisata Kabupaten Purwakarta. Grama Tirta Jatiluhur menjadi kawasan wisata yang diunggulkan oleh Kabupaten Purwakarta karena keunikannya, yaitu danau yang dibangun pada sungai citarum dengan limpasan air terbesar di dunia, dengan letak yang strategis mudah dicapai dengan perjalanan darat sejauh 120 km dari Jakarta atau 1,5 jam perjalanan, 70 km dari Bandung atau 45 menit perjalanan, keluar melalui Gerbang Tol Jatiluhur (km 84). Grama Tirta Jatiluhur ini merupakan kawasan yang menawarkan keindahan alam berupa danau buatan yang memiliki keunikan

berupa nilai historinya dan merupakan danau buatan dengan memiliki limpahan air terbesar di dunia, serta nilai guna utamanya yaitu sebagai Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA). Kekuatan objek wisata Grama Tirta Jatiluhur adalah dengan keberadaan danau dan pembangkit listrik. Disini masih adanya *image* disebagian pengunjung apabila ingat atau berkunjung ke Jatiluhur berarti mengunjungi atau mengingat danau atau PLTA. Kondisi ini mau tidak mau menjadikan danau dan PLTA merupakan *strong point* bagi Grama Tirta Jatiluhur.

Grama Tirta Jatiluhur ini memiliki pangsa pasar yang nyata dan pasar potensi terutama bagi masyarakat, instansi atau perusahaan yang menjadikan kawasan wisata ini sebagai tempat rekreasi atau kegiatan pertemuan bersama keluarga atau perusahaannya. Wisatawan yang datang kebanyakan wisatawan domestik, serta para wisatawan yang senang rekreasi yang bersifat *adventure*. Selain itu, kawasan wisata ini dapat menjadi kebanggaan bagi masyarakat Kabupaten Purwakarta karena keunikannya dan telah adanya beberapa fasilitas bagi wisatawan. Berikut jumlah kunjungan group yang datang ke Grama Tirta Jatiluhur:

TABEL 1.2
DATA KUNJUNGAN GROUP GRAMA TIRTA JATILUHUR
TAHUN 2014 - 2017

2104	2015	2016	2017
476	412	357	333

Sumber: Grama Tirta Jatiluhur (2018)

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Grama Tirta Jatiluhur terus mengalami penurunan dari tahun 2014. Penurunan tersebut terjadi yaitu sebanyak 64 wisatawan pada tahun 2015, 55 wisatawan pada tahun 2016, dan 24 pada tahun 2017. Penurunan jumlah wisatawan merupakan salah satu indikasi dari melemahnya keputusan wisatawan untuk berkunjung. Apabila dibiarkan akan mengancam eksistensi Grama Tirta Jatiluhur, maka Grama Tirta Jatiluhur perlu memiliki strategi untuk bisa meningkatkan keputusan wisatawan untuk berkunjung ke Grama Tirta Jatiluhur guna meningkatkan wisatawan yang berkunjung.

Faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan tersebut diduga karena beberapa faktor. Seperti semakin banyaknya daya Tarik wisata di daerah Purwakarta dan sekitarnya sehingga memberikan banyak pilihan untuk berwisata khususnya bagi masyarakat Purwakarta dan sekitarnya,

jalan yang naik turun bukit sehingga menyulitkan bagi wisatawan yang berkunjung menggunakan big bus, dan juga fasilitas pendukung yang masih kurang memadai. Banyaknya pilihan tempat wisata tersebut memungkinkan terjadinya penyebaran wisatawan. Wisatawan tidak terkonsentrasi di satu destinasi, melainkan tersebar ke berbagai destinasi. Penyebaran tersebut terjadi tergantung pada minat dan kemampuan wisatawan itu sendiri dalam memilih jenis wisata yang akan dinikmatinya. Selain faktor internal wisatawan, tren dan sugesti orang sekitar turut menjadi pertimbangan dalam proses keputusan. Tren yang terjadi saat ini, pilihan wisatawan untuk menghabiskan waktu luang cenderung memilih jenis wisata yang ringan. Ringan dalam arti tidak memakan waktu terlalu banyak, dan tidak melakukan aktifitas yang terlalu berat, seperti mengunjungi bioskop, restaurant, *coffee shop*, mall, tempat karaoke, dan lain-lain. Sehingga cukup sulit saat ini bersaing dengan tren yang sedang terjadi. Selain harus bersaing dengan usaha pariwisata berikut yang perkembangannya semakin menjamur. Grama Tirta Jatiluhur harus bersaing dengan daya tarik wisata sejenis yang ada Purwakarta dan sekitarnya.

Untuk membuat para wisatawan berkunjung, Grama Tirta Jatiluhur melakukan berbagai macam strategi. Strategi yang dilakukan oleh Grama Tirta Jatiluhur yaitu meliputi memberikan penawaran langsung terhadap calon konsumen dengan cara presentasi dihadapan calon konsumen yang hendak mengunjungi Grama Tirta Jatiluhur. Disamping itu, Grama Tirta Jatiluhur pun melakukan penawaran-penawaran kepada para calon konsumen melalui email (*by request*).

TABEL 1.3
DATA CANVASING GRAMA TIRTA JATILUHUR WILAYAH
KABUPATEN PURWAKARTA

NAMA SEKOLAH	ALAMAT	NO. HP	KECAMATAN	PIC
SDN 1 NAGRIKIDUL	JL. Singawinata	0264 200477	Purwakarta	Eva Puspita
SDN 9 SINDANGKASIH	JL. Terusan Kapten Halim	0264 200011	Purwakarta	Akbar Munawar

SDN 2 GANDASOLI	JL. Cibgo Girang	0264 200121	Plered	Hery
SMA N 1 BUNGURSARI	JL. Raya Bungursari	0264 201566	Bungursari	H. Achmad Hidayat
SMP N 1 BABAKAN CIKAO	JL. Ir. H Djuanda	0264 8500475	Babakan Cikao	H. Didin Wahyudin

Sumber : Grama Tirta Jatiluhur

Berdasarkan tabel 1.3, Grama Tirta Jatiluhur melakukan beberapa canvassing terhadap beberapa instansi pendidikan yang berada di Kabupaten Purwakarta pada tahun 2017. Selain Kabupaten Purwakarta, Grama tirta Jatiluhur pun melakukan kegiatan yang sama yang terbagi dalam tiga wilayah, yaitu di Kabupaten Subang, Karawang, dan Bekasi.

Menurut Bagus Dwiwidya Laksono selaku Manager Operasional dari Grama Tirta Jatiluhur untuk merebut perhatian wisatawan dan memenangkan persaingan tersebut tentu Grama Tirta mengambil langkah strategis, yaitu dengan melakukan promosi, memberikan potongan harga, dan meningkatkan kualitas produk wisata. Terdapat berbagai promosi yang dilakukan Grama Tirta dalam rangka membangun kesadaran masyarakat terhadap Grama Tirta, yaitu dengan memasang baligho di jalur - jalur menuju Kabupaten Purwakarta, memasang stiker di angkutan umum baik angkutan umum di Purwakarta maupun angkutan umum diluar kota. Selain itu, Grama Tirta melakukan *personal selling* pada instansi, perusahaan, dan sekolah. Menurut manajemen Grama Tirta hal ini dilakukan dalam rangka “jemput bola” agar wisatawan dapat berkunjung dalam jumlah banyak.

Menurut Kotler & Amstrong (2012, hlm. 484) “*Personal Selling is personal presentations by firm’s sales force for the purpose of making sales and building customer relationships*”. *Personal selling* berbeda dengan kegiatan promosi lainnya, dengan menggunakan *personal selling* konsumen akan lebih merasa diperhatikan dan lebih mudah untuk memahami produk yang ditawarkan. *Personal selling* meliputi penawaran langsung kepada

calon konsumen dengan cara mempromosikan maupun mempresentasikan produk yang dimilikinya.

TABEL 1.4
IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING GRAMA TIRTA
JATILUHUR

Komponen	Pengimplemetasian Personal Selling
Approach	Tahap ini meliputi tampilan penjual, membuka lini. Jalur membukanya harus positif untuk membangun niat baik dari awal
Presentation	Melakukan presentasi mengenai penawaran wisata ke instansi pendidikan dan perusahaan
Handling	Menangani keinginan pelanggan mengenai penawaran wisata Grama Tiiirta Jatiluhur
Closing	Memberikan penawaran insentif khusus kepada pelanggan dan menanyakan bagaimana komentar setelah melakukan wisata
Follow up	Melakukan penutupan, penjual harus menyelesaikan rincian apapun pada waktu pengiriman, misalnya syarat pembelian, dan hal-hal lainnya

Dengan adanya personal selling bagi perusahaan merupakan suatu hal yang penting terutama dalam meningkatkan tingkat pembelian, seperti yang telah dijelaskan oleh Thomas N. Ingram (dalam buku sales management : analysis and decision making 8ed, 2012,hlm. 22) bahwa *Personal selling has always been an important part of marketing, particularly for companies that operate in business to business market where purchasing situations often involve complex technical product, large*

dollar amount, professional buyers, and multiple parties who influence purchase decisions.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis perlu mengadakan suatu penelitian tentang “**PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI GRAMA TIRTA JATILUHUR**”. Yang bertujuan untuk menambah atau meningkatkan jumlah kunjungan ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana gambaran *Personal Selling* di Grama Tirta Jatiluhur?
2. Bagaimana gambaran Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur?
3. Bagaimana pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta jatiluhur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai *Personal Selling* Wisata Grama Tirta Jatiluhur.
2. Untuk memperoleh temuan mengenai Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.
3. Untuk memperoleh temuan mengenai pengaruh *Personal Selling* terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian keilmuan di bidang manajemen pemasaran pariwisata serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *Personal Selling* serta pengaruhnya terhadap Keputusan Berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.
2. Kegunaan Praktis
Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Manajemen Grama Tirta Jatiluhur yang berperan

dalam mempengaruhi keputusan berkunjung di Grama Tirta Jatiluhur.