

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

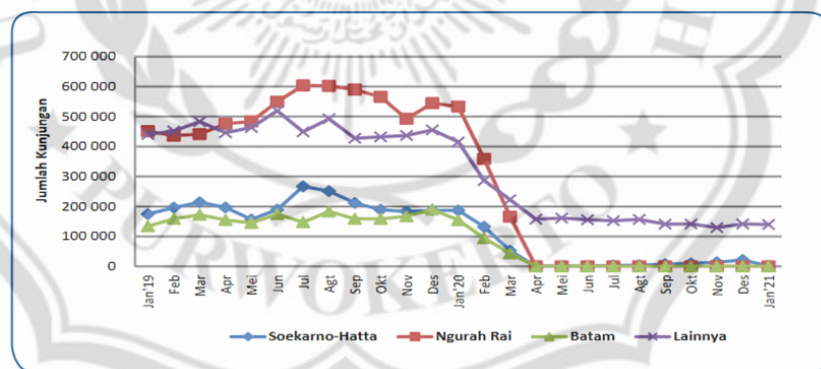
Sektor pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Bangsa kita memiliki keindahan alam, kekayaan budaya nan beragam dan penduduk yang watak dan moralitasnya mendukung kenyamanan wisatawan yang berkunjung, dengan meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata di Indonesia, menjadikan sector pariwisata sebagai salah satu sektor yang dapat di kembangkan sebagai sumber pendapatan daerah (Maramis,2019).

Potensi wisata yang ada di Indonesia tersebar diseluruh daerah, mulai dari pegunungan, pantai, danau, air terjun ataupun wisata buatan manusia. Beragam potensi wisata yang dimiliki Indonesia memiliki daya tarik tersendiri untuk menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Indonesia memiliki destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, misalnya Bali, Yogyakarta, Bandung, Raja Ampat, Wakatobi, ataupun destinasi wisata lainnya di Indonesia. Beragam destinasi wisata yang dimiliki, menjadikan Indonesia memperoleh penghargaan sebagai Top 10 Negara Terbaik Untuk Dikunjungi Tahun 2019 dari Lonely Planet (travelkompas.com 2018).

Untuk mengukur perekonomian di suatu daerah dapat dilakukan melalui pendekatan pengeluaran wisatawan (*tourist expenditure*) dan pendekatan permintaan wisatawan (*tourist demand*) terhadap barang dan jasa (Widiatuti,2010). Pengeluaran wisatawan adalah pengeluaran yang

dilakukan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. Pengeluaran wisatawan dapat berupa akomodasi, konsumsi makanan, angkutan wisata, atau jasa-jasa lainnya. Permintaan langsung wisatawan dapat digunakan untuk melihat kontribusi wisatawan terhadap PDRB(Produk Domestik Regional Bruto) (Widiatuti,2010).

Pada periode Januari 2021, jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia melalui pintu masuk udara sebanyak 1,72 ribu kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 44,22 ribu kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 95,32 ribu kunjungan. Sejalan dengan hal itu, jumlah kunjungan wisman dari pintu masuk udara juga mengalami penurunan sebesar 92,69 persen terhadap jumlah kunjungan wisman pada bulan Desember 2020 yang tercatat sebanyak 23,60 ribu kunjungan (Badan pusat statistik,2021)



Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Menurut Pintu Masuk Januari 2019 Januari 2021.
Sumber:Badan pusat statistik,2021

Purbalingga merupakan salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Jawa tengah kabupaten ini sangat terkenal dengan industri kreatif nya yaitu industry knalpot,secara total kabupaten purbalingga ini memiliki luas sekitar 77.764,122 ha atau sekitar 2,39 persen dari luas wilayah provinsi Jawa Tengah

(3.254 ribu ha). Kabupaten Purbalingga termasuk wilayah Provinsi Jawa Tengah bagian barat daya, tepatnya pada posisi: 101011'–109035' Bujur Timur dan 7010'–7029' Lintang Selatan..(purbalinggadalamangka,2020)

Sama seperti kebanyakan daerah kabupaten di provinsi jawa tengah, kabupaten purbalingga juga terdapat banyak spot wisata yang menarik untuk kita kunjungi. Dari mulai spot wisata alam, spot wisata buatan seperti wahana permainan,sampai dengan spot wisata sejarah semua ada di kabupaten ini. Jumlah dari keseluruhan wisata alam di kabupaten purbalingga yaitu terdapat 49 tempat wisata yang harus kalian kunjungi. (tempatwisataseru.com.2020)

Jika pengunjung ingin menikmati wisata yang memiliki keindahan alam yang sangat bagus pengunjung dapat mengunjungi tempat wisata dengan keindahan yang luar biasa yaitu Desa Wisata Lembah Asri Serang. Tempat wisata ini di buka pada tahun 2010 yang berlokasi di desa Serang kecamatan Karangreja kabupaten purbalingga. Tiket masuk ke tempat wisata lembah asri serang yaitu Rp5.000 sekali masuk, wisatawan akan menikmati suguhan panorama alam sekitar Lembah Asri Serang , lengkap dengan latar gagahnya Gunung Slamet. wisatawan juga dapat menggunakan fasilitas seperti tempat makan, area parkir, musala, serta toilet. Namun untuk bisa menikmati wahana lain di tempat wisata yang buka sejak 2010 ini, wisatawan perlu membayar biaya tambahan. Beberapa wahan permainan yang bisa wisatawan coba antara lain Taman Labirin, ATV bike, sky bike, high rope, dan flying fox (trevelingyuk.com,2019).

Menurut Rahim (2012 : 1) Sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara. Hal ini tentunya dapat terwujud apabila tata kelola wisata dilakukan dengan baik, karena dengan melakukan pengelolaan pariwisata tersebut secara tidak langsung berimbas pada meningkatnya Pendapatan Asli Daerah, yang pada umumnya hanya mengandalkan sektor pajak daerah dan retribusi daerah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pengelola menyebutkan bahwa pengembangan atau pembangunan wisata khususnya kawasan kampung wisata Lembah Asri Serang membutuhkan adanya kontribusi dan kerjasama dari *stakeholder*. ada tiga *stakeholder* pariwisata yang sangat berperan dalam pengembangan suatu objek pariwisata yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Peran *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata khususnya di kampung wisata menjadi sangat penting karena kawasan kampung wisata Lembah Asri Serang merupakan kawasan wisata yang sudah terkenal di berbagai daerah sekitar purbalingga , hasil wawancara peneliti dengan pengelola menyebutkan bahwa masih banyak nya pengunjung atau wisatawan yang belum sadar akan pentingnya menjaga lingkungan wisata di lembah asri serang . Oleh karena itu, diperlukan pola pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*Sustainable Tourism*) dengan melibatkan berbagai *stakeholder* (Cahyanti,2018).

Ardika(2007) menyebutkan bahwa Permasalahan yang biasa terjadi terhadap keberlangsungan kampung wisata yaitu pembangunan berkelanjutan mengimplikasikan batas yang ditentukan oleh teknologi dan organisasi masyarakat serta oleh kemampuan kehidupan bumi menyerap dampak kegiatan manusia. Pariwisata dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan

wisatawan, industri pariwisata, dan kebutuhan masyarakat lokal saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Padahal, tujuan pengembangan destinasi kampung wisata tidak hanya untuk mencapai keberlanjutan ekonomi tetapi juga keberlanjutan.

Hasil akhir pengembangan destinasi kampung wisata adalah untuk mencapai kesejahteraan ekonomi, pengelolaan lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup (Cahyanti dan Iliyawati,2018). Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya melibatkan tiga stakeholder yang saling terkait yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Setiap pemangku kepentingan memiliki peran dan fungsi yang berbeda yang perlu dipahami agar pengembangan wisata di suatu daerah dapat terwujud dan terlaksana dengan baik (Nugroho,2015). Oleh karena itu, perencanaan pengembangan pemasaran untuk jenis pariwisata seperti kampung wisata harus meminimalkan dampak negatif mengenai keberlangsungan kelestarian lingkungan, sosial dan budaya agar keberlanjutan ekonomi dan lingkungan kampung wisata bisa tercapai (Iliyawati, 2018).

Keberlanjutan kampung wisata dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor antara lain *green product,green marketing*, harga dan bukti fisik (Iliyawati, 2018). Menurut Cahyanti (2018) konsep keberlanjutan kampung wisata tersebut terdiri dari tiga hal, diantaranya; mutual-simbiosis artinya keuntungan secara ekonomi yang berasal dari kegiatan bisnis kampung wisata bergantung pada kesehatan lingkungan alam dan sosial yang baik, adanya keterlibatan dan kepedulian masyarakat lokal dalam pengolahan dan

pengembangan kampung wisata. , hasil wawancara peneliti dengan pengelola menyebutkan bahwa di tempat kampung wisata lembah asri serang terdapat masalah yaitu dimana pengunjung wisata lembah asri serang masih banyak yang belum sadar atas menjaga kebersihan lingkungan masih banyak nya wisatawan yang masih membuang sampah sembarang membuat wisata menjadi berkurang nya keindahan alam yang sudah di jaga oleh wisata tersebut.

Konsep *Green product* atau produk ramah lingkungan merupakan nilai tambah bagi perusahaan menurut konsumen. Industri yang fokus memasarkan green produk dapat menghasilkan perilaku yang positif terhadap konsumennya untuk menjaga keberlangsungan dari perusahaan yang memproduksi produk ramah lingkungan tersebut (Cahyanti, 2018). *Green produk* yang ada di kampung wisata adalah menyediakan agenda wisata yang melibatkan wisatawan untuk menjaga dan mencintai lingkungan pada saat wisatawan mengunjunginya dan memperlihatkan keunggulan yang dimiliki oleh masing - masing kampung wisata sesuai dengan tema menjaga lingkungan sehingga hal ini diharapkan dapat menumbuhkan niat wisatawan untuk menjaga keberlangsungan dari kampung wisata tersebut agar suatu saat para wisatawan dapat mengunjunginya kembali (Cahyanti dan Anjaningrum,2017).

Berdasarkan pengertian *green product* diatas menunjukkan bahwa *green product* memiliki pengaruh terhadap niat seseorang untuk selalu menumbuhkan niat wisatawan untuk menjaga keberlanjutan kampung wisata tersebut. Oleh karena itu adanya penelitian ini untuk mengetahui apakah green

product berpengaruh dengan niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata lembah asri serang di purbalingga.

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa jasa yang diberikan melalui destinasi wisata ini telah sesuai dengan konsep menjaga lingkungan yang berkelanjutan, sehingga wisatawan semakin meningkatkan kepercayaannya dan berperilaku positif berupa niat dalam menjaga lingkungan kampung wisata. Hasil penelitian terdahulu (cahyanti, 2018), (Iliyawati, 2018) dan (Anjaningrum, 2017) yang menyatakan bahwa *green product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (sumarno, 2015) menyatakan bahwa tidak berpengaruh terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata.

Konsep *green marketing* pada kampung wisata mampu mempengaruhi para wisatawan untuk berniat menjaga keberlangsungan kampung wisata tersebut ketika para wisatawan mengunjunginya. Hal ini dilakukan melalui cara promosi yang dapat membentuk *image eco-friendly* atau gambaran pemilik usaha berusaha menunjukkan bahwa industrinya turut bisa memperhatikan lingkungannya yang terbukti memiliki dampak positif terhadap niat konsumen untuk menjaga keberlangsungan dari produk oleh pelaku usahanya (Cahyanti, 2018). *green marketing* pada keberlanjutan juga adalah dimana menempatkan pemikiran holistik, dan motivasi *green marketing* harus mempertimbangkan seluruh rangkaian kegiatan secara holistik, seperti perencanaan, pengembangan produk baru, perubahan proses

produksi, logistik, kemasan, harga, distribusi, promosi dan iklan harus di tekankan dalam proses *green marketing* (Yudi Setiaji, 2014) Berdasarkan pengertian *green marketing* diatas menunjukkan bahwa *green marketing* memiliki pengaruh terhadap kampung wisata untuk melakukan cara promosi yang dapat membentuk *image eco-friendly* untuk menumbuhkan niat wisatawan untuk menjaga keberlanjutan kampung wisata tersebut. Oleh karena itu adanya penelitian ini untuk mengetahui apakah *green marketing* berpengaruh dengan niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata lembah asri serang di purbalingga.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *green marketing* terhadap niat wisatawan menjaga keberlangsungan kampung wisata. hasil penelitian terdahulu (cahyanti, 2018), (Iliyawati, 2018), (Yudi Setiaji, 2014) dan (Anjaningrum, 2017) yang menyatakan bahwa *green marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata

Serta konsep harga merupakan dimana destinasi wisata dalam rangka menciptakan *eco-green tourism*. salah satu upaya membangun manfaat lingkungan sekitar destinasi wisata yang tergolong pada program produk hijau adalah adanya biaya tambahan ke dalam harga tiket masuk. sebuah perusahaan atau wisata baik jasa atau pun barang yang memposisikan dirinya sebagai perusahaan yang menerapkan *green product* atau produk ramah lingkungan akan membuat para konsumen bersedia membayar hingga harga tinggi

(cahyanti, 2018) dan selanjutnya menumbuhkan ketertarikan wisatawan untuk turut serta menjaga keberlanjutan kelestarian dari produk tersebut. pemasar yang memberikan harga yang sesuai dengan paket agenda yang di sediakan pada kampung wisata dapat di terapkan dalam upaya mewujudkan konsep green marketing (Iliyawati,2018) .

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) Banyak penelitian menunjukkan bahwa konsumen bergantung kepada harga sebagai indikator dari kualitas produk. Karena harga seringkali dianggap sebagai indikator dari kualitas, beberapa produk dengan sengaja menekankan harga mereka dengan tinggi untuk mengklaim kualitas mereka. Berdasarkan pengertian Harga diatas menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh terhadap kampung wisata untuk menambahkan biaya tambahan pada paket agenda yang di sediakan pada kampung wisata dalam upaya mewujudkan konsep green marketing sehingga menumbuhkan niat wisatawan untuk menjaga keberlanjutan kampung wisata tersebut. Oleh karena itu adanya penelitian ini untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh dengan niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata lembah asri serang di purbalingga.

Hasil analisis data secara statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada harga terhadap niat wisatawan menjaga keberlangsungan kampung wisata. hasil penelitian terdahulu (cahyanti,2018),(Iliyawati, 2018) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat wisatwan menjaga keberlanjutan kampung wisata .

Serta konsep Bukti fisik merupakan fasilitas pendukung yang diperoleh wisatawan saat berkunjung di kampung wisata yang berupa kelengkapan fasilitas untuk memberikan layanan, dan keindahan fasilitas lainnya seperti bangunan dan lain sebagainya. Penyediaan fasilitas penunjang setiap agenda wisata yang disediakan pada kampung wisata terkait dengan konsep menjaga lingkungan sebagai cara untuk meningkatkan perhatian wisatawan dalam menjaga kelestarian lingkungan (Iliyawati, 2018).

Bukti fisik industri jasa pariwisata meliputi desain, tampilan dari karyawan, dan cara karyawan berkomunikasi terhadap wisatawan yang mengajak untuk bertindak, maka hal ini sejalan dengan pentingnya menjaga keberlangsungan kelestarian sumber daya kampung wisata (Cahyanti, 2018). Berdasarkan pengertian bukti fisik diatas menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki pengaruh terhadap kampung wisata untuk menambahkan kelengkapan fasilitas sebagai penunjang setiap agenda wisata yang disediakan pada kampung wisata terkait dengan konsep menjaga lingkungan. sebagai cara untuk meningkatkan perhatian wisatawan dalam menjaga kelestarian lingkungan..Oleh karena itu adanya penelitian ini untuk mengetahui apakah bukti fisik berpengaruh dengan niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata lembah asri serang di purbalingga.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada bukti fisik terhadap niat wisatawan menjaga keberlangsungan kampung wisata (Cahyanti, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang merupakan penelitian pengembangan dari Cahyanti, dkk (2018) dengan Terdapat perbedaan dari peneliti sekarang dengan peneliti terdahulu mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu selain pada objeknya yaitu pada respondenya serta peneliti menambahkan variabel dari 3 variabel menjadi 4 variabel yaitu *Green product*, *Green marketing*, Harga, dan Bentuk fisik. Pada penelitian terdahulu bahwa penelitian-penelitian tersebut menerapkan setiap variabel pada objek produk barang pada makanan sedikit penelitian menggunakan variabel *green produk*, *green marketing*, harga, dan bentuk fisik untuk memasarkan jasa seperti pariwisata. Oleh Karna itu Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka, peneliti tertarik untuk mengambil judul “***Sustainability Marketing Tourism pada kampung wisata Lembah Asri Serang Kabupaten Purbalingga***”

B. Rumusan Masalah

- a. Apakah *Green Product* berpengaruh positif signifikan terhadap niat wisatawan menjaga Keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang?
- b. Apakah *Green Marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang?
- c. Apakah Harga berpengaruh positif signifikan terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang?
- d. Apakah Bukti Fisik berpengaruh positif signifikan terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang?

C. Tujuan Masalah

1. Untuk menganalisis pengaruh *Green product* terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang
2. Untuk menganalisis pengaruh *Green marketing* terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang
3. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang
4. Untuk menganalisis pengaruh Bukti fisik terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang

D. Pembatasan Masalah

1. Peneliti hanya membatasi variabel pada *green product*, *green marketing*, harga, dan bukti fisik karena faktor yang berpengaruh tinggi terhadap niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata lembah asri serang.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata lembah asri serang , Kecamatan Karangreja, itu yang letaknya paling dekat dengan Kota Purbalingga sehingga bisa memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
3. Waktu penelitian dilakukan pada saat akhir pekan,di karenakan meningkatnya jumlah wisatwan yang berkunjung di lembah asri serang di bandingkan dengan hari-hari biasa. Pada periode Mei-Agustus,2021

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi pengelola Lembah Asri Serang

Dapat menjadi acuan bagi pengelola Lembah Asri Serang untuk mengetahui pengaruh-pengaruh apa sajakah yang dapat mempengaruhi niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata , yang kemudian dapat di terapkan oleh pengelola

2. Bagi Pengunjung

a. Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan tambahan informasi sebagai acuan dalam menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang Di Purbalingga

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan kepada pengunjung saat menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang Di Purbalingga.

3. Bagi pengembang ilmu pemasaran

a. Untuk memberikan informasi mengenai perkembangan ilmu pemasaran khususnya pada niat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata, *Green product*, *Green Marketing*, Harga dan Bentuk fisik

4. Peneliti

a. Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan minat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang Di Purbalingga

- b. Menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah diajarkan selama perkuliahan serta mengetahui cara menganalisis variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat wisatawan menjaga keberlanjutan kampung wisata Lembah Asri Serang Di Purbalingga.

