

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Provinsi Banten yang terletak diujung pulau Jawa Indonesia ini memiliki berbagai destinasi wisata yang cukup menarik. Dengan memanfaatkan keindahan alam pantai, budaya, situs sejarah serta taman nasional. Provinsi Banten bisa dikatakan sebagai provinsi yang sebagian wilayah penduduknya bekerja di sektor pariwisata. Agrowisata merupakan susunan kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, baik potensi berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun kekhasan dan keanekaragaman aktivitas produksi dan teknologi pertaniannya serta budaya masyarakat pertaniannya (Gratia et al., 2017).

Agrowisata atau wisata pertanian diartikan sebagai kegiatan wisata yang memanfaatkan suatu lokasi atau industri pertanian, mulai dari awal produksi hingga diperoleh produk pertanian dalam berbagai sistem dan skala dengan tujuan memperluas pengetahuan, pemahaman pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian (Gratia et al., 2017). Tumbuhan satwa liarnya, serta budaya yang ada, untuk mengagumi dan mempelajari serta menikmati pemandangan alamnya merupakan manifestasi dari keberlangsungan wisata berbasis alam. Meski juga dapat mengancam akan keberlangsungan hancurnya sumber daya yang menjadi sandaran mereka jika tidak dikelola dengan baik. Salah satu daerah di Kabupaten Serang yang terkenal dengan wisata alamnya yaitu di Kecamatan Cinangka yang menawarkan destinasi wisata perbukitan, yakni Bukit Waruwangi yang berlokasi di Desa Bantarwaru Kecamatan Cinangka Serang Banten.

Diera digitalisais ini, promosi digital memainkan peran penting dalam menarik wisatawan. Promosi digital merupakan upaya pemasaran atau penyebaran informasi mengenai produk, jasa atau merek melalui media digital atau platform online. Banyaknya pertimbangan untuk melakukan perjalanan atau berwisata, media sosial internet bisa menjadi solusi bagi para pelaku usaha dan juga para pencari hiburan. Promosi yang dilakukan melalui platform media sosial, diantaranya tiktok, instagram dan lain lain cukup banyak menarik wisatawan. Salah satunya promosi yang dilakukan pihak pengelola Bukit Waruwangi adalah melalui platform media tiktok dan instagram. Dikarenakan platform tersebut dapat memberikan rincian yang cepat dan menarik serta konten yang bersifat visual dan juga interaktif membuat orang yang melihat berfikir ingin mengetahui lebih dalam mengenai konten yang ditawarkan sebelum berkunjung pada destinasi wisata yang ditawarkan.

Bukit Waruwangi atau Argo wisata Bukit Waruwangi adalah salah satu tempat destinasi wisata yang terletak di kabupaten Serang, Banten, yang bernuansa alam dan juga memanfaatkan keindahan alamnya yang dilengkapi sejumlah aktivitas. Tempat wisata ini terdiri dari wahana edukasi peternakan, pertanian, penginapan, kolam renang, pemandian alami, area berkemah dan juga kafe serta restoran. Adapula area rerumputan yang bisa dijadikan untuk spot piknik dan wahana lainnya seperti berkuda dan juga motor ATV. Berada di lahan seluas 100 hektar, tempat ini meliputi wilayah tiga Desa yakni Bantarwangi, Bantarwaru dan Cibojong (Widyanti, 2023). Potensi wisata ini akan terus dikembangkan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pihak pengelola untuk kepentingan banyak pihak yang terlibat. Berdasarkan data pengunjung yang diberikan oleh pihak Bukit Waruwangi jumlah kunjungan perhari dapat mencapai 200 orang, sedangkan hari libur dapat mencapai 1,000 orang. Untuk lebih

jelasanya lagi penulis akan memberikan data konkret mengenai kunjungan wisatawan ke bukit waruwangi dalam 3 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Agrowisata Bukit Waruwangi Pada Tahun 2021 Hingga 2023

| Bulan | Kunjungan Tahun 2021 | Kunjungan Tahun 2022 | Kunjungan Tahun 2023 |
|-----------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Januari | 13.831 | 31.527 | 11.526 |
| Februari | 10.293 | 16.375 | 5.600 |
| Maret | 12.272 | 13.323 | 4.467 |
| April | 6.214 | 1.357 | 15.283 |
| Mei | 9.248 | 50.506 | 10.473 |
| Juni | 9.459 | 16.473 | 7.895 |
| Juli | 1.044 | 16.611 | 8.958 |
| Agustus | - | 9.513 | 5.521 |
| September | 13.752 | 9.593 | 6.017 |
| Oktober | 20.101 | 7.817 | 5.235 |
| November | 15.078 | 7.165 | 4.380 |
| Desember | 20.072 | 12.126 | 8.907 |
| Total | 131.364 | 192.386 | 94.226 |

Sumber data: Agrowisata Bukit Waruwangi dari tahun 2021-2023

Wisata hijau sendiri ialah jenis wisata yang mempromosikan keindahan alam dan lingkungan serta mendorong praktik wisata yang bertanggung jawab dan berlangsung terus menerus, salah satunya adalah Bukit Waruwangi. Meski menawarkan beberapa wahana yang cukup menarik, destinasi wisata Bukit Waruwangi tetap mengedepankan konsep hijau dengan terus melestarikan alam, baik itu rumput bukit, pepohonan dan apapun yang ada di sekitar dengan meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem. Sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang positif sambil memelihara keindahan alam dan sumberdaya alam bagi generasi mendatang.

Agar efektif diperlukan kolaborasi yang terjalin antara pemerintah, masyarakat serta pemanfaatan sumberdaya yang ada, peran pemerintah sangat diperlukan untuk pembangunan ekonomi lokal. Salah satu pemberdayaan lokal yang optimal dilakukan oleh pemerintah yaitu mengembangkan pariwisata. Pengembangan wisata lokal merupakan upaya untuk memajukan dan meningkatkan potensi wisata di suatu daerah atau komunitas tertentu. Pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya adalah kegiatan yang memanfaatkan seluruh potensi yang berasal dari sumber daya alam, sumber daya manusia atau buatan manusia. Dengan memanfaatkan daya tarik dari setiap daerah yang memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri seperti wisata alam berupa air terjun, pantai, perbukitan, pegunungan, goa. Wisata budaya dan religi yakni candi, situs-situs bersejarah seperti makam pahlawan serta museum, wisata lainnya seperti wisata edukasi dan kuliner. Dengan adanya wisata alam yang memiliki potensi untuk memanfaatkan sumberdaya alam dan dijaga dengan penuh tanggung jawab dan mematuhi peraturan lingkungan hidup, pariwisata hijau, agrowisata dan ekowisata diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah, mengurangi tingkat pengangguran, mensejahterakan rakyat sekitar serta melestarikan warisan budaya.

Dari banyaknya pilihan wisata yang menarik, diperlukan upaya dari strategi untuk menarik para pengunjung untuk datang ke destinasi wisata yang mereka miliki. Semakin banyak wisata baru yang menarik dan berbeda dari wahana wisata yang ditawarkan semakin banyak pula kunjungan wisatawan ke destinasi wisata tersebut. Hal itu dapat dipengaruhi dengan adanya tingkat pendapatan seseorang. Seperti yang kita ketahui bahwa berwisata merupakan suatu kegiatan yang menyenangkan dan dijadikan sebagai suatu hal ‘menghibur diri’ bagi beberapa orang. Kegiatan keseharian manusia biasa yang dilakukan secara terus menerus

akan membawa titik jenuh bagi manusia. Maka dari itu manusia memerlukan hiburan, salah satu solusinya adalah dengan melakukan perjalanan atau berwisata. Diukur dari pendapatan yang seseorang miliki, jika seseorang tersebut ingin sekali berwisata ke tempat-tempat tertentu yang memerlukan jarak tempuh yang jauh atau tidak, maka uang bukan lagi masalah baginya jika tingkat pendapatan seseorang telah dianggap mencukupi untuk dirinya.

Meski begitu, jarak tempuh seringkali menjadi penghalang bagi beberapa wisatawan untuk berwisata ke destinasi yang ingin dituju. Dikarenakan akses yang dijangkau cukup sulit dan kurangnya informasi serta fasilitas dari destinasi wisata yang akan dikunjungi. Sehingga banyak dari wisatawan memilih berwisata di destinasi wisata yang cukup dekat, murah dan mudah dijangkau. Keindahan alam dan juga wahana wisata yang ditawarkan dapat menjadi daya tarik bagi para pengunjung yang akan berwisata. Sehingga banyak dari mereka yang berwisata ingin mengunjungi destinasi wisata karena hal tersebut.

Secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan dari agrowisata yang ada di Bukit Waruwangi. Dari beberapa hal yang sudah di sebutkan penulis diatas sedikit banyak menjelaskan faktor apa saja yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata. Dari banyaknya destinasi wisata yang ada di kabupaten Serang, faktor apa saja yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi wisata Bukit Waruwangi menjadi fokus utama bagi penulis. Dalam hal ini penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Digital, Fasilitas, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Agrowisata Bukit Waruwangi Kabupaten Serang-Banten)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Promosi digital sangat di perlukan di era generasi Z dan milenial saat ini, selain untuk mengikuti perkembangan jaman juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi digital terhadap kunjungan wisatawan.
2. Fasilitas wisata di Bukit Waruwangi menjadi salah satu pemicu pengaruh terjadinya kunjungan wisatawan
3. Dibeberapa kejadian biaya perjalanan tidak menjadi masalah bagi beberapa orang untuk melakukan perjalanan wisata

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah dan untuk menghindari besarnya jumlah cakupan penelitian, maka untuk mempermudah dalam penulisan, peneliti hanya membahas tentang Pengaruh Promosi Digital, Fasilitas Wisata, Dan Biaya Perjalanan Terhadap Kunjungan Wisatawan Pada Agrowisata Bukit Waruwangi. Dalam penelitian ini penulis mengambil objek destinasi wisata yang ada di daerah kabupaten serang desa bantarwaru. Diera gempuran *gadget* sekarang ini, tidak sedikit pelaku usaha yang memanfaatkan kecanggihan gadget internet untuk melakukan promosi. Selain itu, biaya perjalanan yang di habiskan wisatawan, serta wahana fasilitas wisata yang ditawarkan menjadi bahan penelitian penulis untuk menyusun skripsi ini.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dalam penelitian ini penulis menggunakan rumusan masalah:

1. Bagaimana pengaruh promosi digital secara parsial terhadap kunjungan wisatawan agrowisata pada Bukit Waruwangi?
2. Bagaimana pengaruh fasilitas wisata secara parsial terhadap kunjungan wisatawan agrowisata Bukit Waruwangi?
3. Bagaimana Pengaruh Biaya Perjalanan Secara Parsial Terhadap Kunjungan Wisatawan Agrowisata Bukit Waruwangi?
4. Bagaimana pengaruh promosi digital, fasilitas wisata, dan biaya perjalanan secara simultan terhadap kunjungan wisatawan agrowisata pada Bukit Waruwangi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, terdapat tujuan penelitian yang harus didasarkan pada masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Promosi Digital, Fasilitas Wisata, Dan Biaya Perjalanan Secara Parsial Terhadap Kunjungan Wisatawan Agrowisata Pada Bukit Waruwangi
2. Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Promosi Digital, Fasilitas Wisata, Dan Biaya Perjalanan Secara Simultan Terhadap Kunjungan Wisatawan Agrowisata Pada Bukit Waruwangi.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik untuk khalayak umum. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini yakni:

1. Manfaat Bagi Pemangku Wisata
 - a. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata pengelola destinasi wisata dapat merancang strategi yang lebih efektif kedepannya, seperti meningkatkan kualitas layanan atau menawarkan paket promosi yang menarik.
 - b. Penelitian ini dapat memberikan manfaat wawasan tentang preferensi dan kebutuhan wisatawan yang dapat digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan wisata yang lebih sesuai dengan keinginan pasar.
2. Bagi Pemerintah

Pemerintah dan pembuat kebijakan dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk merancang kebijakan dan regulasi yang lebih terarah sehingga mendukung pengembangan pariwisata secara berkelanjutan. Mereka dapat menyesuaikan regulasi untuk mendorong peningkatan kualitas destinasi atau menciptakan insentif untuk meningkatkan kunjungan wisata.
3. Bagi Wisatawan
 - a. Penelitian ini dapat membantu wisatawan mendapatkan pengalaman wisata yang lebih berkualitas dengan mengetahui faktor-faktor penting bagi wisatawan seperti keamanan, kualitas layanan, dan fasilitas wisata sehingga penyedia layanan wisata

dapat meningkatkan aspek-aspek ini. hal tersebut pada gilirannya bisa memberikan pengalaman wisata yang lebih memuaskan.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi yang lebih baik dalam perencanaan perjalanan yang lebih terperinci bagi wisatawan mengenai destinasi yang mereka pertimbangkan untuk dikunjungi. Seperti misalnya dalam hal keamanan, kenyamanan dan lebih banyak pilihan sesuai dengan preferensi. Sehingga dengan lebih banyak informasi yang tersedia wisatawan dapat membuat keputusan yang lebih baik dan terinformasi.

G. Sistematika Penulisan

Secara garis keseluruhan proses penulisan serta pembahasan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut.

BAB PERTAMA PENDAHULUAN: Dalam bab ini berisi mengenai penegasan judul yang berisi latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB KEDUA KAJIAN PUSTAKA: Pada bab ini akan menguraikan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan wisata yang akan penulis bahas. Diantaranya pariwisata, teori permintaan, promosi digital, fasilitas, dan biaya perjalanan.

BAB KETIGA METODE PENELITIAN: Bab ini akan membahas metode analisa data yang digunakan dalam penelitian. Bab ini berisi tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB KEEMPAT HASIL DAN PEMBAHASAN: Dalam bab ini akan membahas tentang gambaran umum penelitian, hasil analisis data dan temuan penelitian.

BAB KELIMA PENUTUP: Dalam bab ini berisi hasil akhir yang merupakan bab penutup mengenai pembahasan yang memuat kesimpulan dan saran.