

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan di Asia Tenggara yang terdiri dari 17.504 pulau yang berpenghuni dan ada sekitar 6.000 pulau yang tidak berpenghuni. Pulau-pulau tersebut menyebar diseluruh penjuru Indonesia dan memiliki potensi yang kuat dan cukup baik dalam membangun perekonomian negara. Di Indonesia sendiri, pertumbuhan perekonomian dipengaruhi oleh berbagai bidang atau sektor yang dikelola. Beberapa sektor yang dikelola oleh negara diantaranya sektor pertanian dan peternakan, sektor pertambangan dan penggalian, sektor industri pengolahan (manufaktur), sektor pengangkutan dan komunikasi, sektor pariwisata, dan lain-lainnya. Saat ini, salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam membangun perekonomian di Indonesia adalah sektor pariwisata.

Seperti berita yang dilansir oleh portal berita ekbis.sindonews.com pada Agustus 2017 dalam artikel "*Kontribusi Pertumbuhan Pariwisata di Sektor Ekonomi Terbesar dan Tercepat*", menyebutkan bahwa sejak Presiden Joko Widodo (Jokowi) menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan pembangunan nasional, dunia pariwisata Indonesia menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Bahkan, pariwisata menjadi *core economy* negara ini ke depan. Setiap tahunnya, industri pariwisata Indonesia terus meningkat disaat beberapa sektor lain seperti seperti minyak, gas, batubara, serta kelapa sawit terus merosot. Hal ini didukung oleh Menteri Pariwisata (Menpar) Arief Yahya yang terus mendorong pariwisata Indonesia menjadi lebih cantik dan menarik, serta lebih gencar lagi dalam hal mempromosikan pariwisata yang ada di Indonesia. Sehingga, destinasi pariwisata di Indonesia bisa menjadi magnet tersendiri bagi para Wisatawan Mancanegara maupun Wisatawan Nusantara. Tabel 1.1 memperlihatkan data pengunjung Wisatawan Mancanegara (Wisman) yang datang ke Indonesia setiap tahunnya (www.kemenpar.go.id)

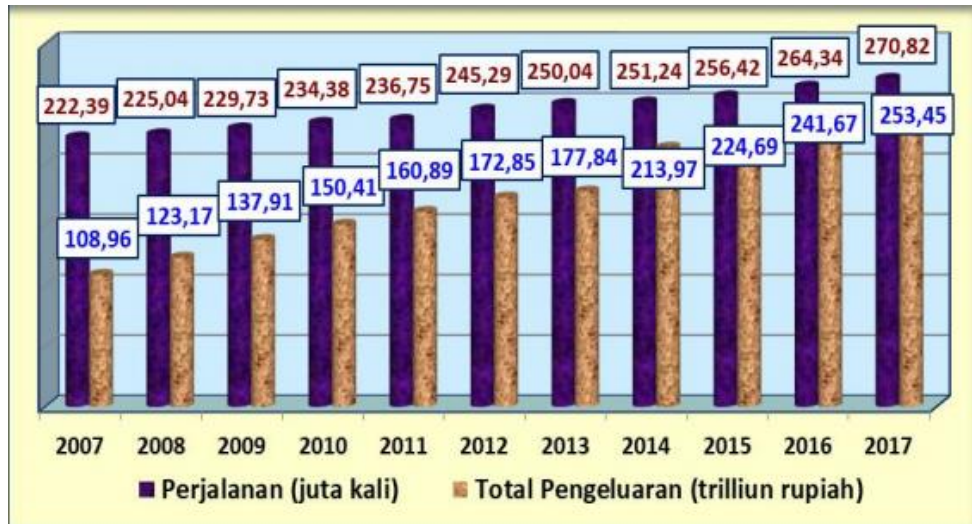
Table 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisman
2010	7.002.944
2011	7.649.731
2012	8.044.462
2013	8.802.129
2014	9.435.411
2015	10.406.759
2016	11.519.275
2017	14.039.799

Sumber: www.kemenpar.go.id

Dari Tabel 1.1 tersebut, dapat dilihat bahwa selalu terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara setiap tahunnya yang berkunjung ke Indonesia mulai dari tahun 2010 sampai dengan 2017 melalui 19 pintu masuk utama Bandara di Indonesia, diantaranya seperti Soekarno-Hatta (Jakarta), Ngurah Rai (Bali), Adi Sucipto (Yogyakarta), Hang Nadim (Batam), Juanda (Surabaya), Husein Sastranegara (Bandung), dan lain-lainnya. Selain karena meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia, pertumbuhan ekonomi negara turut serta didukung oleh masyarakatnya sendiri yang juga gemar berwisata ke tempat baru di berbagai daerah lainnya di Indonesia.

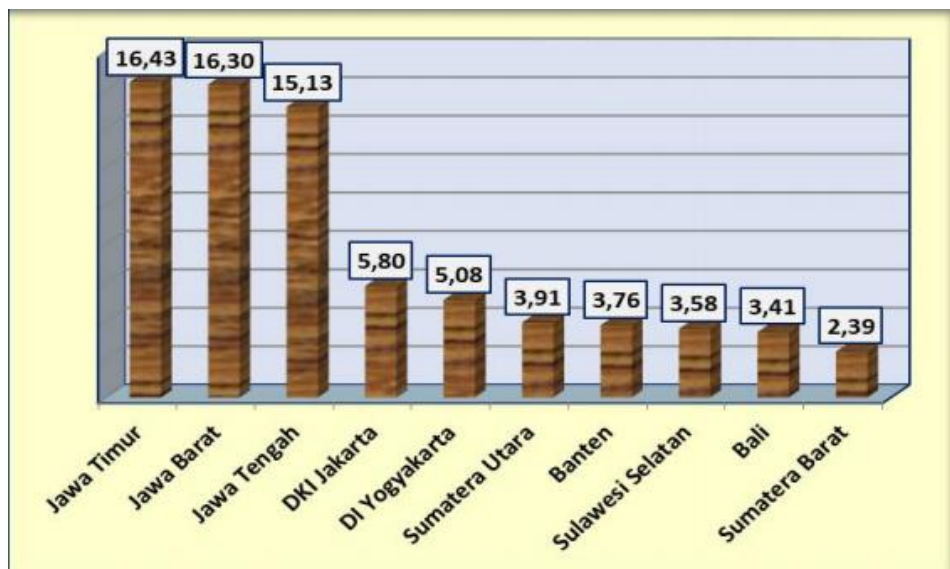
Berita yang dilansir oleh portal berita news.detik.com dalam artikel “*Optimalisasi Peran Sektor Pariwisata*”, diberitakan bahwa pergerakan wisnus ditargetkan naik menjadi 270 juta pada 2018, dibandingkan target tahun 2017 yang hanya sebanyak 265 juta. Selanjutnya, pada 2019 pergerakan wisnus ditargetkan sebanyak 275 juta orang. Peningkatan jumlah wisnus nampaknya seiring dengan terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat, dari konsumsi barang menjadi pengalaman atau berwisata. Bahkan, sejumlah kalangan menilai Indonesia kini memasuki era ekonomi wisata (*leisure economy*). Gambar 1.1 memperlihatkan data kunjungan Wisatawan Nusantara yang melakukan perjalanan wisata.



Gambar 4.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara

Sumber: www.kemenpar.go.id

Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa wisatawan nusantara (wisnus) juga mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya mulai dari tahun 2007 sampai dengan 2017 dengan jumlah perjalanan sebanyak lebih dari 270 juta kali. Selain itu, pada tahun 2017 DKI Jakarta menempati urutan keempat provinsi favorit yang menjadi tujuan wisata.



Gambar 1.5 Jumlah Perjalanan Wisata Nusantara Berdasarkan Provinsi Tujuan

Sumber: www.kemenpar.go.id

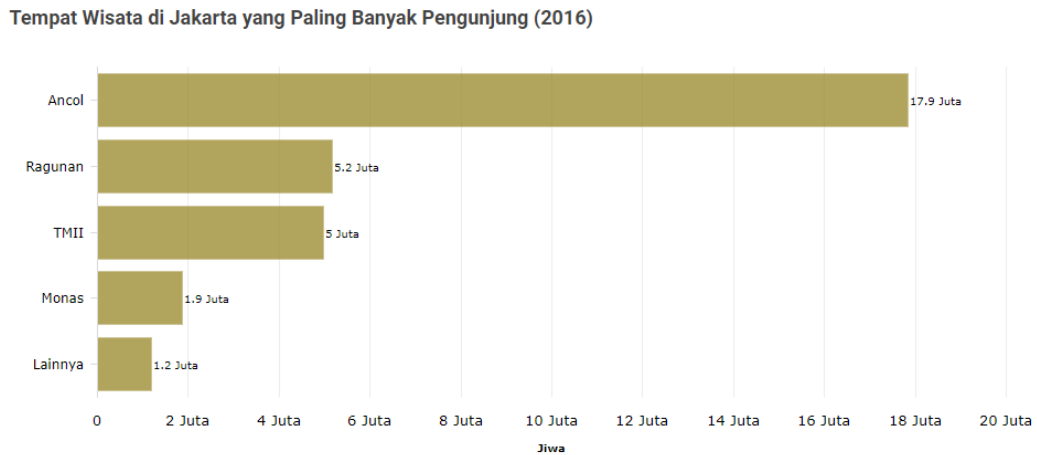
Sebagai ibukota Indonesia, provinsi DKI Jakarta merupakan salah satu daerah yang mempunyai sektor pariwisata yang luar biasa. Banyak objek wisata menarik di

Jakarta yang sering dikunjungi oleh wisatawan seperti diantaranya wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner, wisata sejarah, sampai dengan kesenian budayanya. Banyaknya tempat wisata yang terdapat di Jakarta membuat kunjungan wisatawan terus meningkat setiap tahunnya. Terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah sekitar Jakarta yaitu Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi yang menjadikan Jakarta sebagai tujuan tempat wisatanya baik saat akhir pekan maupun saat libur panjang.

Berkunjung ke tempat wisata merupakan salah satu kegiatan penting yang banyak dilakukan oleh masyarakat modern yang tinggal diperkotaan. Padatnya aktivitas dan tingginya tuntutan hidup membuat masyarakat menjadikan rekreasi dan hiburan sebagai kebutuhan hidup yang harus dipenuhi minimal satu minggu sekali untuk sekedar *refreshing* dari pekerjaan sehari-hari. Beberapa tempat wisata yang berada di Jakarta dan sekitarnya yaitu Ancol, Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Ragunan, Kota Tua, Dunia Fantasi (Dufan), Jungleland, Kebun Raya Bogor, dan lain sebagainya. Namun, disamping itu beberapa objek wisata lainnya yang sudah hadir sejak lama masih diminati oleh pengunjung. Salah satunya adalah taman rekreasi Dunia Fantasi, Ancol.

Dunia Fantasi atau yang lebih populer dengan sebutan Dufan adalah tempat rekreasi keluarga unggulan yang berada di kawasan terpadu Taman Impian Jaya Ancol dan menjadi salah satu objek wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Jakarta maupun dari luar Jakarta. Dunia Fantasia atau Dufan pertama kali dibuka untuk umum pada 29 Agustus 1985 dan merupakan *theme park* pertama yang dikembangkan oleh Perseroan dan telah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 sejak Februari 2017. Selain menjadi pusat hiburan *outdoor*, Dufan juga merupakan kawasan *edutainment* fisika terbesar di Indonesia yang memanjakan pengunjung dengan Fantasi Keliling Dunia, melalui wahana permainan berteknologi tinggi, yang terbagi dalam 9 (Sembilan) kawasan yaitu Indonesia, Jakarta, Asia, Eropa, Amerika, Yunani, Hikayat, Kalila dan *Fantasy Lights*. Pada tahun 2013, Dufan menambah satu kawasan lagi yaitu kawasan dalam ruang (*Indoor Dufan*) yang dilengkapi dengan wahana *Ice Age* dan Kontiki. Pada tahun 2014 dan tahun 2015 dufan juga menambahkan wahana baru yang bernama *Hello Kitty Adventure* dan *Dufan Glow*. (www.ancol.com). Hal tersebut menjadi keuntungan bagi pihak Dunia Fantasi karena menjadi salah satu tempat hiburan dengan jumlah wisatawan yang paling tinggi di

Jakarta dengan beragam wahana permainan yang ditawarkan seperti data yang disajikan dibawah ini:



DATABOKS.CO.ID

STATISTICS & DATA PORTAL

Gambar 1.6 Tempat Wisata di Jakarta yang Paling Banyak Pengunjung

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

Dapat dilihat dari Gambar 1.3, bahwa objek wisata Taman Impian Jaya Ancol menempati urutan pertama sebagai tempat wisata favorit di Jakarta yang paling banyak pengunjungnya dibanding tempat wisata lainnya.

Maraknya perkembangan objek wisata saat ini menyebabkan munculnya banyak objek wisata yang beragam dan lebih inovatif. Hal tersebut menyebabkan persaingan bisnis pariwisata yang sangat ketat. Beragam objek wisata yang saat ini menjadi pesaing bagi Dufan seperti: Jungleland Sentul, Trans Studio Bandung, dan Jawa Timur Park Malang. Munculnya pesaing-pesaing objek wisata Dufan membuat pihak Dufan harus membuat inovasi baru untuk tetap bisa menjaga pamornya. Namun, dari ketiga pesaing Dufan tersebut, terdapat keunggulan dan kekurangan dari masing-masing objek wisata. Seperti Jungleland, objek wisata ini merupakan tempat wisata yang terbilang sangat baru, karena baru dibuka untuk umum pada tahun 2013. Oleh karena itu, hingga saat ini masih banyak wahana yang belum beroperasi atau masih dalam konstruksi. Lain halnya dengan Trans Studio Bandung, objek wisata ini adalah tempat rekreasi *indoor* yang memiliki wahana yang lebih sedikit dari Dufan. Dan kemudian Jawa Timur Park juga merupakan objek wisata yang terbilang baru dan memiliki wahana yang sebagian besar hanya wahana untuk anak-anak, hanya sedikit wahana untuk orang dewasa.

Banyaknya objek wisata baru yang menjadi tempat hiburan masyarakat, menjadikan persaingan bisnis pariwisata yang sangat ketat. Untuk itu, dalam mengatasi hal tersebut, setiap pemilik objek wisata perlu membuat strategi yang tepat agar dapat menarik konsumen untuk berkunjung. Seperti yang disampaikan oleh Kotler (2008, p46), dalam upaya untuk mendapatkan kepuasan konsumen di tengah persaingan, perusahaan harus mengerti terlebih dahulu apa kebutuhan dan keinginan konsumennya. Pihak Dunia Fantasi melihat celah untuk mengatasi persaingan tersebut dengan melakukan kegiatan promosi atau potongan harga untuk pengunjung Dunia Fantasi seperti Tabel 1.2 dibawah ini:

Tabel 1.5 Promo Dunia Fantasi beserta Jumlah Pengunjung

No.	Nama Promo yang Ditawarkan	Jumlah Pengunjung
1.	Annual Pass	719.888
2.	Dufan Spesial Bikers	760.663
3.	Girls Month	306.550
4.	Dufan Apps (Kode Unik)	89.189
5.	Dufan Sosro (Weekday)	91.919

Sumber: Olahan Penulis, Oktober 2018

Dalam satu tahun, Dunia Fantasi rutin melakukan kegiatan promo untuk menarik wisatawan daerah sekitar terutama dari Jabodetabek, mulai dari kalangan anak-anak sampai dewasa. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.2, salah satu promo yang paling sering dilakukan dalam setahun adalah “*Dufan Spesial Bikers*” yaitu promo dengan memberlakukan potongan 50% bagi pengguna sepeda motor se-Jabodetabek hanya dengan menunjukkan STNK asli dan fotokopinya. Menurut Sistaningrum (2002:98) Promosi ialah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang.



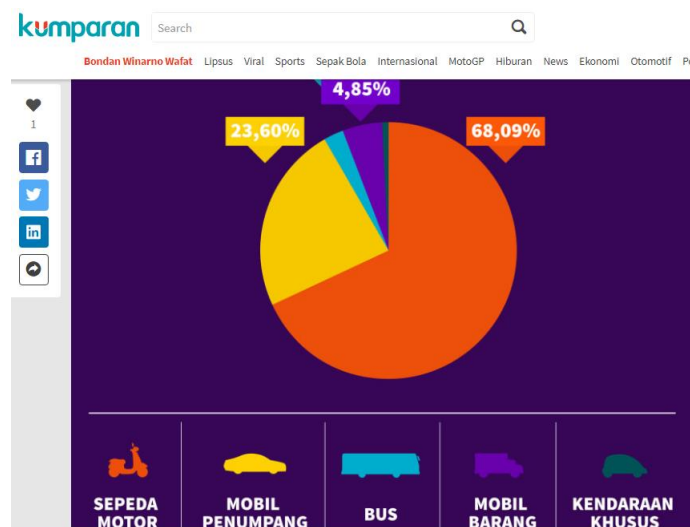
Gambar 1.7 Flyer Dufan Spesial Bikers 2017
 Sumber: <https://www.ancol.com>

Promosi menggunakan STNK se-Jabodetabek telah berlangsung mulai dari tahun 2012 hingga saat ini, seperti yang disampaikan pada halaman berita merdeka.com, *“Promo Spesial Bikers ini berlangsung mulai dari tahun 2012, tepatnya tanggal 5 November hingga 14 Desember 2012”*. Ujar Direktur Rekreasi PT Pembangunan Jaya Ancol Winarto dalam berita tertulis yang diterima merdeka.com.



Gambar 1.8 Flyer Promosi Dufan Spesial Tahun 2012
 Sumber: <http://news.detik.com>

Pihak Dunia Fantasi melakukan kegiatan promosi menggunakan STNK tersebut karena melihat persentase pengguna sepeda motor di Jabodetabek sangatlah tinggi. Dikutip dari Kumparan.com, “Pertumbuhan jumlah kendaraan sepeda motor dari tahun ke tahun selalu meningkat dan 68,09% jenis kendaraan di Jabodetabek didominasi oleh kendaraan sepeda motor. Dan jumlah kendaraan dapat bertambah satu juta unit dalam rentang waktu hanya dua tahun”.



Gambar 1.9 Persentase Jumlah Kendaraan di Jakarta
Sumber: <https://kumparan.com>

Oleh karena itu, hal tersebut merupakan peluang pasar untuk melakukan kegiatan promosi menggunakan STNK kendaraan sepeda motor di Jabodetabek yang dapat menjadi keuntungan pihak Dufan untuk meningkatkan penjualan dan menarik masyarakat dari berbagai kalangan untuk berkunjung ke Dunia Fantasi.

Efek yang ditimbulkan dari kegiatan promosi penjualan ini dapat berdampak pada pembentukan karakteristik perilaku konsumen. Contohnya, seperti promo yang ditawarkan setiap tahunnya oleh Dunia Fantasi. Wisatawan merasa sangat diuntungkan karena dapat membayar tiket masuk jauh lebih murah dari harga normal, ditambah pengaruh jangka waktu yang terbatas. Sehingga diharapkan dapat mempengaruhi alam bawah sadar konsumen untuk secepatnya memanfaatkan promosi tersebut dengan mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan penjabaran tersebut, penulis tertarik untuk membuat penelitian mengenai fenomena promosi penjualan dengan menggunakan kupon potongan harga atau STNK motor se-Jabodetabek yang dilakukan oleh Dunia Fantasi. Apakah kegiatan promosi penjualan “Dufan Spesial Bikers” berpengaruh atau tidak

berpengaruh, serta seberapa besar nilai pengaruhnya. Untuk itu penulis akan membuat hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Kegiatan Promosi Penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di JABODETABEK”. Hasil dari penelitian tersebut diharapkan dapat menjawab fenomena yang akan diteliti.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Adakah pengaruh kegiatan promosi penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ terhadap keputusan pembelian masyarakat di Jabodetabek?
- b. Seberapa besar pengaruh kegiatan promosi penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ terhadap keputusan pembelian masyarakat di Jabodetabek?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kegiatan promosi penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ terhadap keputusan pembelian masyarakat di Jabodetabek.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kegiatan promosi penjualan ‘Dufan Spesial Bikers’ terhadap keputusan pembelian masyarakat di Jabodetabek.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi studi ilmiah lainnya yang lebih mendalam tentang kegiatan promosi penjualan, khususnya dalam bentuk kupon potongan harga. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan bisa menjadi sumber referensi bagi perusahaan yang bergerak di bidang hiburan dan rekreasi khususnya Dunia Fantasi – Ancol mengenai sejauh mana minat kunjungan konsumen terpengaruh oleh promosi penjualan menggunakan kupon potongan harga yang dilakukan oleh perusahaan.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan Penelitian	2018																				2019																									
		Agt.		Sept.				Okt.				Nov.				Des.				Jan.				Feb.				Mar.				April															
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4																
1.	Menentukan topik dan judul penelitian	█	█	█																																											
2.	Pengumpulan data			█	█	█	█																																								
3.	Menyusun proposal penelitian (BAB 1 s/d 3)				█	█	█	█	█	█	█	█	█	█																																	
4.	Melakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner																																														
5.	Pendaftaran <i>desk evaluation</i> (DE)																																														
6.	Penyelesaian data penelitian (BAB 4 s/d 5)																																														
7.	Sidang skripsi																																														

Sumber: Olahan Peneliti, 2019