

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia, terletak di pulau Sumatera dengan ibu kota Medan. Medan merupakan salah satu kota dengan kepadatan penduduk yang tinggi. Padatnya aktivitas yang berada di kota Medan membuat kebanyakan masyarakat gerah, lelah serta jenuh khususnya masyarakat yang tinggal di pusat kota, sehingga agar tidak stres dengan aktivitas serta kegiatan yang ada maka masyarakat kota Medan membutuhkan refresing atau liburan sekaligus menghilangkan penat setelah beberapa hari melakukan aktivitas yang sangat padat dan rutin.

Objek wisata merupakan produk jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa agar konsumen datang untuk berwisata. Sekarang ini kunjungan wisata ke suatu daerah sudah menjadi bagian dari gaya hidup untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan masyarakat. Seiring berjalannya waktu banyak sekali objek wisata yang menjadi tujuan wisata masyarakat, dengan demikian maka akan semakin banyak pilihan tempat wisata yang didapatkan oleh para pengunjung ataupun masyarakat. Keputusan berkunjung merupakan suatu proses kegiatan yang dimana beberapa orang atau sekelompok seseorang yang melakukan kunjungan wisata atau yang sedang ingin berkunjung dengan cara memikirkan atau mencari kelebihan dan kekurangan lokasi yang ingin dikunjungi tersebut.

Menurut Setiadi (dalam Andreansyah, 2014) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan berkunjung yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan ini melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Dalam penelitian ini keputusan berkunjung diadaptasi dari keputusan pembelian karena tahap-tahap yang dilewati oleh wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi wisata sama dengan tahap keputusan pembelian pada umumnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menurut Lupiyoadi (dalam Yuliani, 2013) Produk,Harga,Lokasi,Promosi, Fasilitas, Pelayanan.

Fasilitas merupakan sebuah sarana atau prasarana yang memudahkan seseorang melakukan suatu kegiatan atau melaksanakan sesuatu. Biasanya konsumen sebelum melakukan kunjungan mereka selalu mencari tahu dahulu tempat yang ingin mereka kunjungi apakah tempat tersebut memiliki fasilitas yang baik atau tidak, alangkah lebih baiknya apabila tempat wisata itu memiliki fasilitas yang memberikan kenyamanan kepada wisatawan seperti kelengkapan fasilitas sarana prasana umum dan fasilitas pengunjung lainnya, pada fasilitas umum biasanya tempat wisata menyediakan seperti toilet, musholah, tempat peristirahatan, parkir. Sedangkan pada fasilitas penunjang lainnya adalah fasilitas yang dibuat untuk menarik perhatian pengunjung, biasanya setiap tempat wisata yang memberikan fasilitas yang berbeda dari tempat wisata lainnya untuk menarik hati pengunjung.

Selain fasilitas, faktor yang penting dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan berkunjung ialah lokasi yang dimana lokasi yang

bagus dan strategis membuat konsumen ingin mengunjungi lokasi atau objek wisata tersebut, karena jika lokasi mudah dijangkau oleh konsumen maka keputusan berkunjung konsumen tersebut semakin besar akan tetapi jikalau lokasi nya kurang memadai atau susah dijangkau maka konsumen enggan mengunjungi lokasi tersebut sebab konsumen jaman sekarang ini lebih menyukai yang instan dan yang mudah.

Selain fasilitas, lokasi ada satu lagi faktor yang tidak kalah penting yang konsumen perhatikan dalam melakukan keputusan berkunjung yaitu citra destinasi. Citra destinasi ialah suatu gambaran pendapat seseorang mengenai suatu destinasi atau lokasi pariwisata yang mereka pikirkan seperti produk ataupun atribut wisata tersebut. Menurut Tasci dan Kozak (dalam Putri Dkk 2013) Citra destinasi adalah persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang dapat dipengaruhi oleh informasi promosi, media massa serta banyak faktor lainnya.

Saat ini industri pariwisata di Sumatera Utara sangat pesat perkembangannya, ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya objek wisata yang bermunculan diberbagai daerah dengan daya tarik dan keunikan tersendiri. Salah satu daerah yang menjadi tujuan wisata masyarakat kota Medan adalah kota Berastagi, Berastagi merupakan salah satu kota wisata atau objek wisata yang sangat diminati oleh wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan luar negeri. Berastagi merupakan sebuah tempat yang sangat dingin, segar bahkan jauh dari pada kata macet seperti yang ada di kota Medan sehingga masyarakat sering menghabiskan waktu libur akhir pekan ke daerah ini, bagi yang sudah tau mengenai kota Berastagi pasti mengetahui beraneka ragam tempat wisata di kota

tersebut seperti permandian air panas, pendakian gunung, pemetikan kebun jeruk, agrowisata kebun stroberi petik sendiri, pemerah susu sapi dan masih banyak lagi tempat atau lokasi wisata yang berada di kota Berastagi. Salah satu destinasi atau tempat wisata yang paling diminati di Berastagi ini ialah agrowisata kebun stroberi petik sendiri sehingga banyak kebun kebun stroberi yang terbentang di seputaran Berastagi ini, karna cuaca atau iklim yang mendukung untuk berkebun stroberi. Oleh karena itu saya melihat ada satu kebun yang berada di Berastagi yang sangat ramai pengunjungnya yaitu UD. Esy Azeriya.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Pengunjung Agrowisata Kebun Stroberi Petik Sendiri di UD.**

**Esy Azirya Berastagi Tahun 2017-2018**

Bulan	Pengunjung
Juli	357 orang
Agustus	234 orang
September	215 orang
Oktober	246 orang
November	288 orang
Desember	265 orang
Januari	373 orang
Februari	240 orang
Maret	209 orang

April	230 orang
Mei	220 orang
Juni	320 orang
Jumlah	3.197 orang
Rata-rata	266 orang

Sumber: Pemilik Kebun Stoberi UD. Esy Aziriya 2017-2018

Dari tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa jumlah pengunjung yang datang ke agrowisata kebun stoberi petik sendiri setiap bulan mengalami perubahan, hal ini dikarenakan kegiatan dalam bulan-bulan tertentu. seperti dibulan juli pengunjung mencapai 357 orang, karenanya pada bulan ini adalah saat hari raya idul fitri sehingga banyak pengunjung yang memanfaatkan libur ini untuk berlibur dengan keluarga. kemudian bulan januari pengunjung mencapai 373 orang dikarenakan pada bulan ini adalah saat libur sekolah dan tahun baru sehingga banyak wisata yang berkunjung ke kebun stoberi tersebut.

Pengelola Kebun UD. Esy Aziriya tidak hanya sekedar menjual stroberi tetapi juga memberitahukan tentang bagaimana cara memetik dan cara merawat buah stroberi dengan baik, selain itu udara yang sejuk dan segar serta keindahan kebun stroberi membuat nilai tambah kebun ini. pengunjung juga dapat memetik buah stroberi secara langsung dan boleh langsung dimakan di tempat itu juga. Selain dari pada buah stroberi yang menjadi simbol dari agrowisata kebun stroberi petik sendiri UD. Esy Aziriya ini terdapat beberapa buah juga seperti buah blueberry dan juga jeruk, tetapi pohonnya tidak sebanyak strobery tetapi ini juga

bisa menjadi ciri khas dari agrowisata kebun stroberi petik sendiri UD Esy Azeriya ini. Maka dari itu banyak masyarakat perkotaan yang berada di Sumatera Utara atau bahkan dari luar provinsi yang datang untuk berkunjung baik dengan keluarga, kerabat teman serta ada juga yang dari sekolah maupun dari kampus dan organisasi.

Pada hasil observasi awal terhadap tempat wisata pemetikan kebun stroberi UD. Esy Azeriya terdapat banyak pengunjung yang berdatangan dari luar kota maupun dalam daerah tersebut tetapi mayoritas pengunjungnya berasal dari luar kota. Setelah melakukan wawancara dengan pengunjung wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya ternyata pengunjung tersebut mempunyai beberapa alasan sehingga mereka lebih memutuskan berkunjung ke agrowisata kebun stroberi petik sendiri UD Esy Azeriya, salah satunya karna lokasi yang strategis yang cukup dekat dengan jalan besar, fasilitasnya yang lumayan bagus seperti lahan parkir yang lumayan sehingga kendaraan mereka bisa terparkir dengan baik dan tidak mengganggu kendaraan yang keluar masuk di daerah tersebut selain itu juga citra destinasinya yang sudah dikenal pengunjung, bahkan mereka ada yang sudah beberapa kali mengunjungi agrowisata kebun stroberi petik sendiri UD Esy Azeriya tersebut dan mereka sangat senang dengan keramahan penjual serta ke khasan dari agrowisata kebun stroberi petik sendiri UD Esy Azeriya tersebut yang mengajarkan cara memetik yang baik maupun cara merawat stroberi tersebut agar buahnya bagus dan manis, tetapi masih ada beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan oleh pemilik kebun stroberi petik sendiri yaitu kurangnya kebersihan seperti dikamar mandinya, dan juga

promosinya masih belum terlalu lengkap seperti belum adanya di promosikan di sosial-sosial media, padahal untuk sekarang ini sosial media sangat berguna sebagai lahan mempromosikan tempat wisata kita.

Pada hasil observasi awal terhadap agrowisata kebun stroberi petik sendiri UDEsy Azeriya dimana terdapat beberapa fasilitas yang disediakan pengelola tempat wisata untuk menarik hati konsumen untuk berkunjung diantaranya stroberi yang sudah di petik dan siap dimakan, keranjang, topi kebun dan pondok-pondok sebagai tempat untuk menikmati stroberi yang baru di petik serta lahan yang luas sekitar 3 Ha. Hasil wawancara dengan beberapa pengunjung yang berkunjung pada wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya yaitu mereka berkunjung disebabkan karena pada wisata pemetikan kebun stroberi UDEsy Azeriya menyediakan fasilitas seperti topi petani, keranjang, dan pondok-pondok, mereka mengungkapkan bahwa dengan fasilitas yang disediakan tersebut membuat mereka lebih memilih wisata pemetikan kebun stroberi UDEsy Azeriya daripada tempat pemetikan stroberi lainnya disekitar berastagi dan juga lokasi dari kebun stroberi UD Esy Azeriya tersebut sangatlah strategis hanya berjarak kurang lebih 20 meter dari pasar besar sehingga memudahkan konsumen untuk mengunjungi wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya tersebut karna selain dengan kendaraan lokasi kebun stroberi tersebut bisa ditempuh dengan berjalan kaki dari pasar besar ke lokasi perkebunan hanya dengan 2 menit berjalan kaki sehingga konsumen tidak merasa capek atau kesulitan dalam mengunjungi kebun stroberi tersebut. Jalan masuk kekebun tersebut sudah diaspal bagus dan jalannya sudah mulus sehingga tidak terkendala berjalan dengan kendaraan

bermotor pada saat hujan sekali pun, selain itu tidak jauh dari lokasi kebun stroberi itu ada tempat pemerahan sapi yang banyak juga di kunjungi di wilayah itu jadi sebelum mereka pergi ke pemerahan sapi tersebut mereka harus terlebih dahulu melewati agrowisata kebun stroberi untuk itu maka secara tidak langsung lokasi ini dapat dilihat oleh pengunjung yang hendak berkunjung ketempat pemerahan sapi tersebut dan ini merupakan salah satu keuntungan yang dimiliki oleh wisata pemetikan kebun stroberi UDEsy Azeriya dalam lokasi usahanya.

Jadi biasanya mereka akan singgah ke lokasi agrowisata kebun stroberi tersebut untuk berkunjung terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan ke pemerahan sapi tersebut. Untuk itu hal ini menjadi keistimewaan tersendiri yang dimiliki wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya dari pada tempat kebun stroberi lainnya. Menurut Alma (2009:103) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang memerlukan segi ekonominya. Menurut Echner & Ritchie (dalam Jorgensen, 2004:13) citra destinasi sebagai “kesan tempat” atau “persepsi area”, ada beberapa pengunjung yang mengatakan mengetahui tempat wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya dari spanduk atau baliho yang ada didekat kebun tersebut ada juga yang mengetahui dari saran teman mereka atau mulut ke mulut, oleh karena itu banyak pengunjung yang sudah pernah mengunjungi kebun tersebut memberitahu informasi mengenai tempat wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya tersebut ke teman teman mereka agar segera mengunjungi tempat wisata pemetikan kebun stroberi UD Esy Azeriya. Selain itu salah satu alasan saya lebih memilih kebun stroberi dari pada kebun

jeruk dalam agrowisata agribisnis karena dari pengamatan yang telah saya lakukan saya melihat bahwa kebun stroberi lebih dominan dibandingkan kebun jeruk terlihat dari jumlah kebun stroberi yang lebih banyak dibandingkan dengan kebun jeruk. Selain itu buah stroberi selalu ada disetiap musim berbeda dengan kebun jeruk yang berbuah di waktu tertentu saja dan walaupun ada buah jeruk ada diluar musimnya jumlahnya sangat terbatas.

Berkaitan dengan uraian diatas, maka hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Kebun Stroberi Petik Sendiri ” (Studi Pada : UD. Esy Azeriya Berastagi)**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang menjadi dasar penelitian ini adalah mengukur keputusan berkunjung melalui fasilitas, lokasi dan citra destinasi yang diberikan wisata kebun stroberi petik sendiri. Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dapat di identifikasi sebagai berikut :

1. Kurangnya kebersihan fasilitas yang dimiliki oleh pemilik agrowisata kebun stroberi
2. Bentuk lahan yang tidak datar yang dimiliki oleh pemilik agrowisata kebun stroberi
3. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan kebun stroberi

4. Banyaknya pesaing sesama pengusaha agrowisata kebun stroberi di lokasi tersebut
5. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik agrowisata kebun stroberi

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dari berbagai masalah diatas, untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar penelitian terarah, maka permasalahannya hanya dibatasi pada variabel yang diteliti saja yaitu :Fasilitas, Lokasi Dan Citra Destinasi mempengaruhi Keputusan Berkunjung Agrowisata Kebun Stroberi Petik Sendiri ( Studi Pada: UD Esy Azeriya Berastagi ).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung agrowisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ) ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung agrowisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ) ?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ) ?
4. Apakah fasilitas, lokasi dan citra destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ) ?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ).
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ).
3. Untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ).
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung agro wisata kebun stroberi petik sendiri ( Studi Pada: UD. Esy Azeriya Berastagi ).

## 1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah serta memperluas pengetahuan terutama tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berkunjung yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaran agribisnis.

2. Bagi UNIMED

Menambah kepustakaan dibidang pemasaran agribisnis khususnya mengenai pengaruh fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

### 3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan fasilitas, lokasi dan citra destinasi terhadap keputusan berkunjung.

### 4. Bagi Pelaku Usaha

Yaitu, sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan guna memperbaiki fasilitas lokasi dan citra destinasi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.