

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah. Selain berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, sektor ini juga menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pajak dan retribusi wisata (Chamalinda dan Rohma, 2023). Pemerintah daerah berupaya mengembangkan potensi wisata unggulannya melalui strategi pemasaran yang kreatif, berorientasi pengalaman, dan menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan modern (Dwijayanti *et al.*, 2025). Kabupaten Wonosobo dikenal sebagai salah satu daerah dengan potensi pariwisata alam yang besar di Provinsi Jawa Tengah. Keindahan alam seperti Dataran Tinggi Dieng, Telaga Menjer, dan berbagai objek wisata berbasis pertanian menjadikan Wonosobo sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah (2024), jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Provinsi Jawa Tengah dalam lima tahun terakhir menunjukkan pola fluktuatif. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan sebesar 27,2% dibandingkan tahun 2020 (dari 4.108.943 menjadi 5.226.643 wisatawan). Pada tahun 2022 jumlah wisatawan mengalami penurunan tajam sebesar 33,3%, turun dari 5.226.643 menjadi 3.483.962 wisatawan. Kondisi ini diduga merupakan dampak lanjutan dari pembatasan aktivitas masyarakat

pascapandemi COVID-19. Memasuki tahun 2023, sektor pariwisata mulai menunjukkan pemulihan dengan kenaikan jumlah wisatawan sebesar 6,7%, yaitu dari 3.483.962 menjadi 3.718.233 wisatawan. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2024 dengan peningkatan tambahan sebesar 10,2%, mencapai 4.099.234 wisatawan. Pola pertumbuhan ini menggambarkan bahwa minat wisatawan terhadap destinasi di Provinsi Jawa Tengah mulai stabil dan berpotensi tumbuh kembali, sehingga memberikan peluang besar bagi pengembangan destinasi wisata daerah, termasuk sektor agrowisata yang menjadi salah satu daya tarik unggulan di wilayah pegunungan seperti Kabupaten Wonosobo. Tren ini menggambarkan bahwa minat wisatawan terhadap destinasi di Provinsi Jawa Tengah mulai stabil dan berpotensi tumbuh kembali, sehingga membuka peluang besar bagi pengembangan destinasi wisata daerah, termasuk agrowisata yang menjadi salah satu daya tarik unggulan di wilayah pegunungan seperti Kabupaten Wonosobo.

Realisasi kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Wonosobo masih belum memenuhi target yang ditetapkan dalam Rencana Strategis Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Wonosobo. Pada tahun 2020, target capaian sebesar 10% hanya terealisasi sebesar 1,08%, sementara pada tahun 2021 target sebesar 12% hanya mencapai 3,52%. Selanjutnya, pada tahun 2022 realisasi sebesar 4,62% masih jauh di bawah target 14%, dan pada tahun 2023 realisasi 5,98% belum mampu memenuhi target 16% (Hidayat dan Yuninningsih, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah wisatawan di Provinsi Jawa Tengah mulai mengalami pemulihan, kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD di Kabupaten Wonosobo belum menunjukkan

peningkatan yang signifikan.

Kesenjangan antara potensi wisata dan realisasi ekonomi tersebut mengindikasikan perlunya strategi pengelolaan dan pemasaran yang lebih efektif (Dwijayanti *et al.*, 2025). Upaya peningkatan kunjungan wisatawan harus diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan, fasilitas, serta kepuasan pengunjung agar dampak ekonomi dapat dirasakan secara optimal oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan sektor pariwisata tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya potensi destinasi, tetapi juga oleh bagaimana pemerintah daerah dan pengelola wisata mampu merancang bauran pemasaran yang tepat sasaran, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan

Salah satu destinasi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut adalah Agrowisata Catra Strawberry, yang berlokasi di Kecamatan Kertek, Kabupaten Wonosobo. Agrowisata ini menawarkan pengalaman kepada wisatawan untuk memetik buah stroberi langsung dari kebun dengan luas sekitar 6.000 m<sup>2</sup> dan jumlah tanaman mencapai 30.000 tanaman stroberi (Daffa *et al.*, 2025). Catra Strawberry juga memberikan nilai edukatif tentang proses budidaya stroberi bagi pengunjung.

Pemilihan Agrowisata Catra Strawberry sebagai lokasi penelitian juga didasarkan pada kondisi usahanya yang memiliki potensi ekonomi cukup baik. Berdasarkan data internal perusahaan tahun 2025, total omzet yang diperoleh Agrowisata Catra Strawberry mencapai Rp495.193.000 dengan rata-rata omzet sekitar 45 juta rupiah per bulan. Omzet yang diperoleh menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan antarbulan, yaitu berkisar antara Rp23.360.000 hingga

Rp60.909.000. Fluktuasi tersebut, mengindikasikan bahwa kinerja usaha dan tingkat kunjungan wisatawan masih belum stabil, dan menunjukkan bahwa strategi pemasaran dari potensi yang dimiliki belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Promosi masih terbatas pada media sosial tanpa strategi komunikasi terpadu, fasilitas fisik belum sepenuhnya memenuhi standar kenyamanan wisatawan, serta pengalaman pelayanan (*service experience*) belum dikelola dengan optimal. Kondisi ini menyebabkan kepuasan pengunjung berpotensi menurun dan berdampak pada keputusan untuk berkunjung kembali. Dalam pengembangan destinasi wisata, penerapan bauran pemasaran (marketing mix) 7P yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence* menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan pengunjung (Laitera dan Nivak, 2022). Setiap elemen dalam bauran pemasaran saling berkaitan dalam membentuk persepsi pengunjung terhadap kualitas pengalaman wisata.

Kepuasan pengunjung sendiri merupakan salah satu indikator utama keberhasilan dalam pengelolaan destinasi wisata. Pengunjung yang puas cenderung akan melakukan kunjungan ulang, memberikan ulasan positif, serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain (Anom dan Safii, 2021). Memahami pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pengunjung menjadi penting untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Catra Strawberry di Kabupaten Wonosobo.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis

maupun praktis dalam pengembangan pariwisata daerah yang berkelanjutan. Penelitian ini perlu dilakukan karena hingga saat ini masih terbatas kajian empiris yang secara khusus mengevaluasi efektivitas bauran pemasaran pada destinasi agrowisata di Kabupaten Wonosobo, padahal sektor ini memiliki potensi ekonomi yang besar namun realisasi kontribusinya masih belum optimal. Analisis ini diharapkan dapat membantu pengelola dalam mengidentifikasi aspek pemasaran mana saja yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik pengunjung terhadap kepuasan pengunjung di Agrowisata Catra Strawberry.
2. Mengidentifikasi pelaksanaan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence*) di Agrowisata Catra Strawberry, Kabupaten Wonosobo.
3. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung di Agrowisata Catra Strawberry, Kabupaten Wonosobo.
4. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence*) terhadap kepuasan pengunjung di Agrowisata Catra Strawberry, Kabupaten Wonosobo.

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi pengelola Agrowisata Catra Strawberry, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan acuan dalam merumuskan strategi

pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan kepuasan pengunjung.

2. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademis dan mahasiswa yang tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan pengunjung.
3. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar perbandingan dan pengembangan penelitian sejenis yang berkaitan dan menjadi media informasi serta acuan untuk penelitian selanjutnya.