

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam. Kekayaan tersebut apabila dikelola dengan tepat dapat dijadikan andalan perekonomian nasional. Agrowisata merupakan sektor yang penting dalam perekonomian Indonesia, karena agrowisata atau wisata pertanian merupakan cara alternatif untuk meningkatkan pendapatan dan menggali potensi ekonomi petani kecil dan masyarakat pedesaan (Puspitasari & Dwiastuti, 2018). Kebutuhan masyarakat terhadap suatu objek wisata saat ini terus meningkat terutama objek wisata alam dan berbasis “*back to nature*”. Peluang ini terus dimanfaatkan oleh berbagai kalangan pengelola wisata untuk merespon kebutuhan tersebut termasuk agrowisata kebun teh Pagilaran.

Agrowisata merupakan salah satu usaha bisnis yang memanfaatkan sumber daya alam berupa sektor pertanian, peternakan, perikanan maupun perkebunan, termasuk keanekaragaman produk, aktivitas produksi dan teknologi hasil pertaniannya sebagai objek wisata (Despica, 2017). Dengan demikian, tidak hanya pengalaman rekreasi saja yang didapatkan, namun juga memperluas wawasan pengetahuan pengunjung di bidang pertanian. Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta

diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam mempunyai daya tarik kuat sebagai wisata agro (Novitasari, 2014).

Salah satu agrowisata yang terletak di Kabupaten Batang adalah agrowisata kebun teh pagilaran. Agrowisata Kebun Teh Pagilaran yang merupakan salah satu pariwisata alam di Jawa Tengah yang memiliki kebun teh terluas di antara agrowisata kebun teh lainnya yang ada di Jawa Tengah. Selain itu, agrowisata Pagilaran juga sudah terkenal sampai ke luar kota. Ini terbukti dengan banyaknya pengunjung dari luar daerah kota Batang seperti misalnya: Pekalongan, Blora, Semarang, Jakarta, dan Cirebon, yang datang untuk menghabiskan waktu bersama keluarga di daerah wisata tersebut. Perkebunan teh Pagilaran terletak di kaki Gunung Kamulyan Desa Keteleng, Kecamatan Blado, Kabupaten Batang, yang berjarak sekitar 35 km di sebelah selatan ibukota Kabupaten Batang. Agrowisata ini sudah berdiri dan dikembangkan pada masa penjajahan Belanda pada tahun 1899. Mulai tahun 1964, Perkebunan Teh Pagilaran dikelola oleh Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada Yogyakarta (Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Batang, 2022).

Semakin berkembangnya zaman menyebabkan semakin banyak agrowisata yang ada di Kabupaten Batang. Sejalan dengan perkembangan zaman, gerak perkembangan pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *rural tourism*, *ecotourism*, yang mana merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di sektor desa (Febriana dan Meirinawati, 2021). Hal ini dapat menyebabkan berkurangnya pengunjung

Agrowisata Kebun Teh Pagilaran, sehingga diperlukan penelitian kepuasan pengunjung dengan indikator bauran pemasaran sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan Agrowisata.

Kepuasan pengunjung merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari para pengunjung terpenuhi akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan berlanjut (Norhermaya & Soesanto, 2016). Penyedia jasa tentunya selain berorientasi pada keuntungan maksimal, juga berorientasi pada kepuasan pengunjung/konsumen dalam menikmati layanan atau jasa yang diberikan, untuk menentukan kualitas jasa yang telah dinikmati (Dela *et al.*, 2021). Untuk membangun kepuasan para konsumen perlu dilakukan pengukuran dan identifikasi akan faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung, sehingga harapannya banyak studi penelitian yang mengetahui dan memahami keinginan konsumen.

Penerapan pola pelayanan yang tepat, efektif dan efisien tentunya sangat diperlukan dalam mempelajari apa yang menjadi keinginan konsumen. Ada 4 (empat) metode yang sering digunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung yaitu: sistem keluhan atau saran, survei kepuasan pengunjung dengan indikator bauran pemasaran, pembeli bayangan, dan analisa pengunjung yang hilang (Tjiptono, 2012). Penerapan bauran pemasaran yang dikembangkan saat ini terutama untuk sektor jasa atau pelayanan banyak menggunakan strategi 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*) (Anggraini *et al.*, 2015). Sehubungan dengan hal tersebut perlu dilakukan penelitian penerapan bauran pemasaran 7P terhadap suatu objek wisata. Penelitian

ini akan dilakukan di Agrowisata kebun teh Pagilaran di Desa Keteleng Kecamatan Blado Kabupaten Batang.

1.2. Tujuan

Tujuan dilakukannya penelitian diantaranya:

1. Menganalisis tingkat kepuasan pengunjung Agrowisata Kebun Teh Pagilaran.
2. Menganalisis pengaruh faktor-faktor 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*) terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Kabupaten Batang.

1.3. Manfaat

Manfaat dilakukannya penelitian diantaranya:

1. Bagi pemilik usaha agrowisata, hasil analisis dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan berbagai keputusan strategis seperti dalam perencanaan peningkatan pelayanan dan kualitas sarana wisata yang dianggap penting oleh pengunjung.
2. Bagi pembaca, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dan diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.
3. Bagi peneliti yaitu untuk memperoleh informasi dan pengetahuan mengenai analisis bauran pemasaran 7P terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata Kebun Teh Pagilaran Kabupaten Batang.

4. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat sebagai masukan dalam pengembangan agrowisata serta pembangunan fasilitas kenyamanan agar kepuasan konsumen meningkat.