

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan di bidang pertanian senantiasa mendapatkan prioritas utama dalam setiap tahapan pembangunan. Sektor pariwisata mempunyai peran penting dalam pembangunan, berkembangnya pariwisata disuatu daerah akan mendorong penyerapan tenaga kerja dan tumbuhnya pusat-pusat perdagangan berskala kecil dan menengah yang dikelola oleh masyarakat lokal. Salah satu karakter perdesaan yang mendominasi di Indonesia yaitu dengan memanfaatkan sumber daya alam yang berbasis pada pertanian mulai dari sumber daya lahan, budidaya, pengelolaan, pascapanen, pemasaran dan wisata (Sururi A, 2018). Bentuk perkembangan dan penerapannya yaitu adanya Agrowisata yang merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi usaha pertanian baik teknologi pertanian dan komoditas pertanian yang didalamnya terdapat persiapan lahan, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan hasil panen sampai dalam bentuk siap dipasarkan.

Agrowisata merupakan rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor 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 (Papatungan, 2017). Sementara menurut (Arini, 2017) agrowisata diartikan sebagai pengembangan industri wisata alam yang bertumpu pada pembudidayaan kekayaan alam.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat dan dengan meningkatkannya pendapatan masyarakat maka kebutuhan masyarakat akan jasa pariwisata. Sebuah agrowisata di masa sekarang di tuntut untuk selalu

memperhatikan kepuasan konsumen yang nantinya dapat terciptanya loyalitas konsumen (Komariah & Subekti, 2016). Kepuasan konsumen merupakan situasi dimana harapan pelanggan melebihi kinerja dari penyedia jasa (Lupiyoadi, 2018)

Kondisi pariwisata di Indonesia saat ini semakin berkembang dan menunjukkan tingkat persaingan dan dapat dilihat berdirinya tempat-tempat wisata diberbagai daerah. Semakin disadari bahwa dinamika perkembangan kepariwisataan di masa mendatang akan dihadapkan pada kompetisi yang semakin ketat, baik dalam aspek pemasaran maupun pengembangan produk. Mungkin pada satu kesempatan konsumen dihadapkan pada beberapa keadaan yang menawarkan untuk berkunjung ke tempat wisata baru dari pihak perusahaan lain. Pada kondisi seperti itu, dapat dilihat sikap konsumen diperhadapkan pada banyak pilihan yang mana semuanya itu menuntut konsumen loyalitas terhadap wisata tersebut.



Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Petik Apel Mandiri tahun 2020

Sumber: Petik Apel Mandiri

Berdasarkan grafik 1.1 kunjungan Petik Apel Mandiri mengalami ketidakstabilan jumlah kunjungan. Permasalahan persaingan usaha yang semakin ketat, pada kota Malang banyak agrowisata yang menawarkan hal serupa dengan

Petik Apel Mandiri sehingga keberadaan konsumen yang loyal sangat dibutuhkan agar suatu usaha dapat tetap bertahan hidup atau terjaga eksistensinya. Karena konsumen yang loyal memberikan kontribusi yang besar terhadap laba sebuah usaha. Maka dari itu peran bauran pemasaran dalam strategi pemasaran untuk menciptakan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen terbentuk karena terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen. Maka dari itu konsep pemasaran bauran pemasaran yang terdiri produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik sebagai bahan pendukung terbentuknya loyalitas konsumen. sehingga konsumen dapat percaya untuk berkunjung kembali pada wisata kita.

Kota Batu Malang merupakan sebuah kota yang terletak di wilayah Jawa Timur. Kota Batu terdiri dari tiga kecamatan yaitu Kecamatan Batu, Kecamatan Junrejo, dan Kecamatan Bumiaji. Secara keseluruhan luas Kota Batu sekitar 19.908,72 Ha atau sekitar 0,42 persen dari keseluruhan luas Provinsi Jawa Timur. Ploso dan Kecamatan Dau Kabupaten Malang dan batas wilayah barat berbatasan dengan Kecamatan Pujon Kabupaten Malang (*Badan Pusat Statistika*, 2016).

Wisata petik apel mandiri merupakan salah satu daya tarik wisata agro di Kota Batu yang selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan. Disini terdapat berbagai jenis apel yang manis dan segar. Jenis apel yang paling populer adalah apel merah dan hijau. Wisatawan dapat memetik dan menikmati apel sepuasnya langsung dari kebun. Untuk membawa pulang apel yang telah dipetik konsumen harus membayar harga apel per kilogramnya. Selain menikmati apel yang disediakan, wisata ini juga dapat dijadikan spot atau objek foto yang indah dengan hamparan kebun apel yang luas. Kota Batu Malang merupakan sebuah kota yang terletak di wilayah Jawa Timur. Kota Batu terdiri dari tiga kecamatan yaitu Kecamatan Batu, Kecamatan

Junrejo, dan Kecamatan Bumiaji. Secara keseluruhan luas Kota Batu sekitar 19.908,72 Ha atau sekitar 0,42 persen dari keseluruhan luas Provinsi Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam berkunjung ke Usaha Petik Apel Mandiri di Kecamatan Bumiaji, Malang?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Usaha petik apel mandiri di Kecamatan Bumiaji, Malang?
3. Kendala dan upaya yang dihadapi Usaha Petik Apel Mandiri dalam meningkatkan loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen dalam berkunjung ke Usaha Petik Apel Mandiri di Kecamatan Bumiaji, Malang.
2. Menganalisis bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Usaha petik apel mandiri di Kecamatan Bumiaji, Malang.
3. Mengidentifikasi kendala dan upaya yang dihadapi Usaha Petik Apel Mandiri dalam meningkatkan loyalitas konsumen

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan serta memperkaya informasi yang telah diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan. Khususnya mengenai peranan dan pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen pada usaha petik apel mandiri di Kecamatan Bumiaji, Malang.

2. Bagi Universitas, diharapkan penelitian ini sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti selanjutnya. Serta peningkatan kualitas penulisan bagi peneliti selanjutnya.
3. Bagi produsen petik apel mandiri, diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan evaluasi dan masukan guna meningkatkan bauran pemasaran yang dilakukan pada usaha petik apel mandiri sehingga dapat meningkatkan usaha petik apel mandiri dikalangan masyarakat luas.
4. Bagi pemerintah daerah, diharapkan penelitian ini dapat menjadi saran dan masukan untuk pengembangan potensi agrowisata tidak hanya untuk usaha petik apel mandiri tapi bagi agrowisata yang lain.