

Harga Dan Lokasi Dalam Menarik Minat Berkunjung Di Blitar Park

Denok Wahyudi Setyo Rahayu^{1)*}

¹Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar

[*denok.wahyudisr@gmail.com](mailto:denok.wahyudisr@gmail.com)

Abstraksi

Harga dan lokasi merupakan hal penting yang menjadi fokus pembeli dalam menentukan pilihan antara membeli atau tidak produk yang dijual oleh produsen. Tujuan penelitian untuk mengetahui harga dan lokasi yang digunakan oleh kawasan wisata Blitar Park dalam menarik minat berkunjung para konsumen. Metode penelitian menggunakan pengamatan dan wawancara kepada para pengunjung. Teknik analisis data menggunakan tabulasi dan diagram batang. Variabel penelitian yaitu harga, lokasi dan minat berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dengan indikator harga tiket murah dan lokasi dengan indikator dekat dengan konsumen, lokasi mudah dijangkau transportasi umum, aman, dan terdapat lahan parkir yang memadai. dapat menarik minat berkunjung ke Blitar Park.

Keywords : harga, lokasi, minat berkunjung

PENDAHULUAN

Berwisata merupakan hal menyenangkan bagi manusia. Hal tersebut dapat memberikanketenangan jiwa. Berbagai cara berwisata dapat dipilih oleh manusia sesuai keinginan. Banyak alternatif wisata yang dapat dipilih oleh manusia seperti wisata ke tempat wisata, wisata kuliner, maupun wisata belanja. Berbagai macam pilihan wisata menjadi hal menarik termasuk pemilihan tempat wisata. Tentunya pilihan tersebut berdasarkan apa yang personal maupun kelompok tersebut inginkan(Estikowati et al., 2022).

Dalam pemilihan tempat wisata, konsumen akan melihat dari dua sisi, yaitu : harga dan lokasi. Lokasi dilihat dimana letak tempat wisata tersebut, sedang harga untuk menyesuaikan dengan budget yang dimiliki. Hal-hal tersebut harus diperhatikan oleh pemilik tempat wisata supaya konsumen tertarik dan munculah minat beli untuk mengkonsumsi wisata yang ditawarkan. Minat beli adalah sesuatu yang muncul pada benak konsumen dan keinginan untuk mengkonsumsi dan memiliki produk tersebut (Tania, dkk, 2022).

Blitar Park merupakan tempat wisata yang menyajikan wahana permainan. Lokasi terletak di Blitar dan dapat dijangkau oleh pengunjung dengan mudah karena berada di jalan utama Blitar menuju Malang. Banyak pilihan wahana yang dapat dinikmati oleh para pengunjung. Untuk dapat menikmati wisata di Blitar Park, pengunjung dapat membeli tiket dengan pilihan cukup jalan-jalan atau dengan bermain. Tentunya tiket tersebut memiliki perbedaan harga. Selain itu, yang membedakan dengan tempat wisata wahana lain, para pengunjung diberi kue, makan (mie instan), dan minuman sesuai tiket yang dibeli. Permasalahan yang akan dikaji adalah mengenai bagaimana harga dan lokasi dapat menarik minat berkunjung di Blitar Park, sedang tujuan penelitian untuk mengetahui harga dan lokasi dalam menarik minat berkunjung di Blitar Park .

KAJIAN LITERATUR

Pemasaran yang baik akan memberi dampak yang baik bagi produk yang dihasilkan. Kotler mengungkapkan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial bagi individu maupun kelompok untuk mendapatkan suatu yang diinginkan maupun dibutuhkan konsumen melalui penciptaan, penawaran maupun menukar produk yang bernilai dengan orang lain (Ginting, 2015 :15). Semakin baik pemasaran dilakukan maka

akan semakin meningkat pula produk akan terjual serta semakin bertambah profit yang diperoleh. Dalam pemasaran, harga produk dan lokasi penjualan produk sebagai hal yang harus diperhatikan oleh para produsen.

Harga merupakan hal penting dalam penentuan antara membeli atau tidak pada suatu produk yang ditawarkan. Konsumen akan melihat kemampuan dalam membeli suatu produk. Pengenaan nominal pada suatu produk harus disesuaikan dengan apa yang akan diterima oleh konsumen. Kesesuaian tersebut dengan harapan supaya konsumen tidak berharap terlalu berlebih serta meminimalisir komplain dari para konsumen.

Tjiptono dan Chandra (2012:315) menyatakan harga sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang memiliki kegunaan tertentu yang dibutuhkan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Harga juga dapat diartikan sebagai pengukur dasar sebuah sistem perekonomian karena harga dapat mempengaruhi pengalokasian dari faktor-faktor suatu produksi (Malau, 2017:126). Semakin mahal suatu produk, maka kecenderungan konsumen akan mengurungkan niat untuk membeli, demikian pula sebaliknya semakin harga murah atau terjangkau maka kecenderungan konsumen memiliki niat untuk membeli produk tersebut. Nilai harga tinggi dapat membuat konsumen berpindahpada produk lain yang sejenis dan begitupun sebaliknya (Sari dan Prihartono, 2021).

Sikap membeli selanjutnya juga melihat dari sisi lokasi penjualan produk. Levy beranggapan lokasi sebagai perencanaan dan juga pelaksanaan dalam penyaluran produk pada tempat atau lokasi yang sama (Utami, 2017). Penentuan lokasi harus diperhatikan supaya produk yang dihasilkan dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen.

Faktor lokasi dapat diidentifikasi dalam beberapa indikator, antara lain :

1. Dekat dengan konsumen, lokasi yang dekat dengan tempat tinggal konsumen akan membuat para konsumen tidak kesulitan untuk menjangkauanya. Lokasi yang berdekatan dengan konsumen akan memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi yang diinginkan.
2. Mudah untuk dijangkau oleh transportasi umum, sulitnya jangkauan akan mengurangi keinginan konsumen untuk datang. Kemudahan tersebut akan membuatkonsumen untuk lebih mudah menuju lokasi penjualan produk.
3. Aman, sebagai nilai jaminan akan keamanan dan kenyamanan akan membuat konsumen betah berlangganan di tempat tersebut. Perasaan aman termasuk nyaman di dalamnya merupakan hal yang disukai oleh konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.
4. Lokasi memiliki area parkir yang baik, tersedianya suatu lahan parkir yang cukup memadai untuk parkir kendaraan akan membuat kenyamanan konsumen semakin baik (Sarjono, 2013: 232).

Harga dan lokasi yang sesuai diharapkan dapat menarik minat beli bagi konsumen. Minat beli menjadi bagian dari komponen perilaku konsumen dalam menentukan sikap konsumsi atas suatu produk sebelum keputusan membeli produk dilakukan (Taylor, 2011). Kondisi minat beli dapat terjadi karena terdorong rasa tertarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Rahayu, 2021). Penawaran yang menarik perhatian konsumen akan membuat konsumen berminat untuk mengkonsumsi produk tersebut. Semakin menarik produk yang dijual oleh produsen maka akan membuat semakin tinggi pula munculnya minat beli di benak konsumen.

Terdapat beberapa faktor yang dapat membentuk minat beli bagi konsumen (Kotler, 2013) yaitu :

1. Sikap dari orang lain (pihak lain)
Berdasarkan sikap dari pihak lain terhadap pemilihan produk yang diinginkan oleh konsumen, hal tersebut terbentuk pada dua hal yaitu : (1) intensitas sifat negatif dari pihak lain pada alternatif pilihan konsumen dan (2) motivasi konsumen untuk mengikuti keinginan dari pihak lain.
2. Faktor situasi yang tidak dapat terantisipasi
Faktor yang dapat mengubah sikap konsumen dalam tindakan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pola pikir konsumen tersebut, yaitu keyakinan dalam keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk.

Hasil penelitian Baturaba dan Hidayat (2016) yaitu penetapan harga berpengaruh terhadap tingkat penjualan pada PSA Mihin Lanka Airlines. Septiani (2018), harga berpengaruh terhadap minat beli pada PT Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta. Tania (2022), lokasi dan harga berpengaruh terhadap minat beli pada BUMDes Ajong Rejo. Sehingga hasil penelitian sebelumnya menyatakan adanya pengaruh positif antara harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen.



Gambar 1. Kerangka konseptual penelitian, 2022.

Gambar 1 menggambarkan kerangka konsep penelitian yaitu variabel harga, lokasi, serta minat beli. Harga dengan indikator harga tiket murah (Tjiptono dan Chandra, 2012:315); lokasi dengan indikator dekat dengan konsumen, mudah dijangkau transportasi umum, aman, terdapat lahan parkir yang memadai (Sarjono, 2013: 232); minat beli (minat berkunjung) (Zuhriah et al., 2022) (Alvianna, 2020) dengan indikator pengunjung tertarik untuk berkunjung (Rahayu, 2021). Berdasarkan hal tersebut diharapkan untuk harga dan lokasi dapat menumbuhkan rasa minat beli di benak konsumen (minat berkunjung wisatawan) untuk berkunjung ke Blitar Park.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian di Blitar Park. Waktu penelitian pada Maret 2022. Objek penelitian adalah pengunjung Blitar Park sebanyak 100 responden. Pengumpulan data melalui pengamatan dan wawancara kepada responden. Teknik sampling dipilih dengan menggunakan accidental sampling yaitu pengunjung yang bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian. Variabel penelitian :

1. Harga dengan indikator harga tiket murah
2. Lokasi dengan indikator dekat dengan konsumen, mudah dijangkau transportasi umum, aman, terdapat lahan parkir yang memadai
3. Minat beli (minat berkunjung) dengan indikator pengunjung tertarik untuk berkunjung

Teknik analisis data dengan menggunakan penyajian data antara lain:

1. Tabulasi data
2. Penyajian data diagram batang
3. Pembahasan hasil

Tabulasi data merupakan pengelompokan data berdasarkan hasil penelitian di lapangan. Diagram batang merupakan penggambaran hasil penelitian dalam bentuk diagram. Selanjutnya hasil dibahas dan dihubungkan dengan teori, sehingga akan diketahui apakah hasil penelitian yang telah dilakukan menerima atau berseberangan dengan penelitian terdahulu yang telah terlaksana.

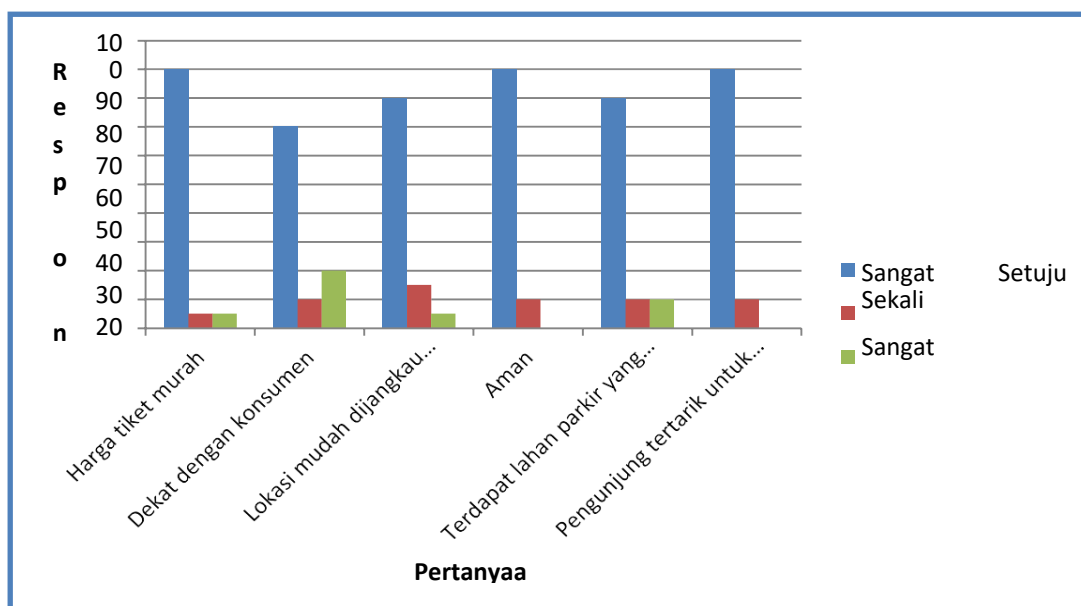
HASIL DAN PEMBAHASAN

Blitar Park merupakan wisata yang menyajikan wahana permainan bagi para pengunjung. Penentuan harga tiket harus diperhatikan oleh produsen selaku pengembang wisata. Harga merupakan besaran uang yang mengandung utilitas untuk memperoleh sebuah produk (Tjiptono dan Chandra, 2012:315). Selain harga tiket, lokasi menjadi hal selanjutnya, seperti dekat, mudah dijangkau oleh transportasi umum, aman, dan memiliki tempat parkir yang memadai (Sarjono, 2013: 232). Hal-hal tersebut cenderung menjadi perhatian para pengunjung dalam memutuskan antara mengkonsumsi atau tidak produk wisata yang ditawarkan oleh produsen.

Berikut adalah hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pengujian yang disajikan dalam bentuk tabulasi dan diagram batang.

Tabel 1. Hasil Penelitian

No.	Item Pertanyaan	Sangat Setuju Sekali	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Harga tiket murah	90	5	5	-	-
2.	Dekat dengan konsumen	70	10	20	-	-
2.	Lokasi mudah dijangkau transportasi	80	15	5	-	-
3.	Aman	90	10	-	-	-
4.	Terdapat lahan parkir yang memadai	80	10	10	-	-
5.	Pengunjung tertarik untuk berkunjung	90	10	-	-	-



Gambar 2. Hasil Penelitian, 2022.

Berdasarkan tabel 1 dan gambar 2 dapat dilihat jawaban dari 100 responden menyatakan bahwa :

1. Harga tiket murah : 90 responden sangat setuju sekali, 5 sangat setuju, dan 5 setuju
2. Dekat dengan konsumen : 70 responden sangat setuju sekali, 10 sangat setuju, dan 20 setuju
3. Lokasi mudah dijangkau transportasi : 80 responden sangat setuju sekali, 15 sangat setuju, dan 5 setuju
4. Aman : 90 responden sangat setuju sekali, 10 sangat setuju
5. Terdapat lahan parkir yang memadai : 80 responden sangat setuju sekali, 10 sangat setuju, dan 10 setuju
6. Pengunjung tertarik untuk berkunjung : 90 responden sangat setuju sekali, 10 sangat setuju.

Dari hasil penelitian diatas, dapat dinyatakan bahwa pengunjung cenderung sangat setuju dengan harga tiket yang dijual, 5 pengunjung menyatakan sangat setuju, sedang 5 pengunjung yang lain menyatakan setuju. Blitar Park dekat dengan konsumen dinyatakan sangat setuju sekali oleh 70 pengunjung, sangat setuju 10 pengunjung, dan 20 pengunjung menjawab setuju. Lokasi wisata dirasa mudah dijangkau transportasi dengan 80 pengunjung menyatakan sangat setuju sekali, 15 pengunjung menjawab sangat setuju, sedang 5 pengunjung menjawab setuju. Kondisi aman dinyatakan sangat setuju sekali oleh 90 pengunjung, sedang 10 pengunjung merasa sangat setuju. Lahan parkir memadai dinyatakan sangat setuju sekali oleh 80 pengunjung, 10 pengunjung menjawab sangat setuju, sedang 10 pengunjung menyatakan setuju. Ketertarikan pengunjung untuk berkunjung di Blitar Park dijawab sangat setuju sekali oleh 90 pengunjung, sedang 10 pengunjung menyatakan sangat setuju.



Gambar 3. Blitar Park, 2022.

Harga tiket murah. Hal tersebut dapat dilihat dengan nilai tiket yang dapat diperoleh oleh pengunjung yaitu antara Rp 20.000,00 sampai dengan Rp 35.000,00. Pengunjung dapat memilih harga tiket sesuai kebutuhan. Nilai tiket sudah termasuk kue atau makan (mie instan) dan air minum. Meski di area wisata Blitar Park juga tersedia kedai penjual

makanan maupun minuman, namun pengunjung diuntungkan karena dapat mengurangi pengeluaran untuk pembelian makanan maupun minuman di dalam Blitar Park.

Dekat dengan konsumen. Keberadaan Blitar Park yang terjangkau oleh pengunjung menjadi hal penting. Lokasi Blitar Park dirasa mudah dijangkau karena berada di jalan utama Blitar-Malang. Pengunjung dapat dengan mudah menemukan lokasi tersebut. Bahkan bagi pengunjung yang kurang mengenal Blitar atau yang berasal dari luar daerah Blitar. Kemudahan tersebut menjadi nilai tersendiri bagi Blitar park, karena pengunjung merasa dimudahkan dengan lokasi wisata tersebut.

Lokasi terjangkau oleh transportasi umum. Keterjangkauan tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri. Tidak semua pengunjung memiliki kendaraan pribadi, ada pula pengunjung yang harus menggunakan transportasi umum, dengan keterjangkauan lokasi oleh transportasi umum maka pengunjung dapat dengan mudah untuk berkunjung ke Blitar Park.

Kenyamanan bagi pengunjung yang diberikan oleh kawasan wisata Blitar Park dapat membuat pengunjung betah. Terdapat tempat istirahat, kedai makan, tempat berteduh, berbagai wahana, kolam renang, serta arena permainan anak membuat pengunjung merasa betah untuk berlama-lama. Pada waktu tertentu, Blitar Park juga menambah wahana baru untuk membuat pengunjung merasa terhibur.

Lahan parkir yang luas dapat memudahkan pengunjung untuk memarkir kendaraannya. Di bagian belakang juga telah diperluas untuk area parkir kendaraan. Selain luas, harga tiket parkir juga terjangkau yaitu Rp 5.000,00 terhitung *flat*. Biaya parkir yang terjangkau tersebut membuat pengunjung tidak perlu khawatir dengan biaya parkir berapa lamapun pengunjung parkir kendaraan. Selain itu, keamanan parkir juga dijaga oleh Blitar Park sehingga pengunjung tidak perlu khawatir akan keamanan kendaraan yang di parkir.

Harga tiket yang murah, dekat dengan konsumen, lokasi yang mudah dijangkau, kenyamanan, dan lahan parkir yang memadai dapat membuat pengunjung tertarik sehingga muncul minat untuk berkunjung ke Blitar Park. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Baturaba dan Hidayat (2016), Septiani (2018), Tania dkk (2022) yaitu harga dan lokasi dapat memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen pada suatu produk. Hasil penelitian yang telah dilakukan, harga dan lokasi memberi dampak positif dalam menarik minat berkunjung ke Blitar Park. Harga dan lokasi yang sesuai harapan konsumen akan membuat konsumen tertarik akan suatu produk yang ditawarkan. Tingkat kewajaran akan harga dengan kesesuaian pada apa yang diterima oleh konsumen dan kondisi lokasi penjualan produk yang ditawarkan sesuai harapan akan membuat konsumen cenderung untuk mengkonsumsi produk tersebut.

KESIMPULAN

Blitar park merupakan kawasan wisata yang menyajikan wahana permainan bagi para pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan lokasi dapat menarik minat berkunjung di area wisata Blitar Park. Harga dengan indikator harga tiket murah dan lokasi dengan indikator dekat dengan konsumen, lokasi mudah dijangkau transportasi umum, aman, terdapat lahan parkir yang memadai dapat menarik minat beli (minat berkunjung) dengan indikator pengunjung tertarik untuk berkunjung ke Blitar Park. Hal-hal yang ditawarkan oleh wisata Blitar Park cenderung memberikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengunjung selaku konsumen produk wisata.

REFERENSI

- Alvianna, S. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. 1(December), 248–257
- Batubara, A. dan Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Jurnal Iلمان*, 4(1), 33- 46. <http://dx.doi.org/10.35126/ilman.v4i1.30>
- Estikowati, Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). BUKU PENGANTAR ILMU PARIWISATA (p. 172). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Yrama Widya.
- Kinncar, Thomas C. and James R. Taylor. 2011. *Marketing Research: An Applied Approach*. McGraw Hill Text.
- Rahayu, D. W.S. (2021). Motivasi Konsumen Dalam Melakukan Pembelanjaan Online Di Kota Blitar. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 1-10. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v14i2.1930>
- Sarjono, Bambang. 2013. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Orbith*, vol. 9 no. 3 November 2013 : 228-235.
- Septiani, F. (2018). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 1(2), 273-288. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v1i2>.
- Tania, A.E., Hermawan, H., dan Izzuddin, A. 2022. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*, IX (1), 75- 84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik (2th ed.)*. Yogyakarta: Andi.
- Zuhriah, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Patalo, R. G. (2022). Dampak Attraction , Accessibility , Amenity , Ancillary Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla:Perhotelan -Destinasi Wisata -Perjalanan Wisata*, 2(1), 1–11.