

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki potensi yang besar pada sektor pariwisatanya karena Indonesia kaya akan keindahan alamnya. Pariwisata saat ini telah menjadi generator pendapatan yang cukup penting bagi negara untuk menciptakan keseimbangan positif dalam perdagangan. Pada tahun 2016-2018 pertumbuhan pada sektor pariwisata menunjukkan efek yang terus meningkat sepanjang tahunnya, Indonesia memiliki potensi wisata yang bisa terus dikembangkan. Akan tetapi masih banyak negara lainnya yang menawarkan pengalaman berwisata yang tentunya sangat beragam. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia seharusnya berusaha untuk melakukan promosi dan terus melakukan perbaikan pada berbagai sektor yang akan menunjang pariwisata untuk memenangkan pangsa pasar.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Wisata pasal 1 Ayat (1) "Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara". Pariwisata merupakan salah satu perjalanan yang terencana, yang dilakukan secara individu maupun kelompok dari satu tempat ke tempat lainnya dengan tujuan untuk mendapatkan suatu bentuk kepuasan dan kesenangan semata (Sinaga, 2010:12). Maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata secara umum merupakan suatu perjalanan yang dilakukan baik oleh individu maupun sekelompok orang dalam waktu tertentu

yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lainnya dengan suatu perencanaan yang tujuannya semata-mata hanya untuk memperoleh kesenangan.

Jawa Timur sebagai salah satu destinasi tujuan wisata dalam negeri yang cukup menjanjikan dengan berbagai keindahan wisatanya. Jawa Timur menyimpan potensi wisata yang sangat potensial yang bisa menarik banyak wisatawan, baik pengunjung domestik maupun Internasional. Beragam kategori wisata buatan dan kategori wisata kuliner yang ada di Jawa Timur. Hampir setiap kota dan Kabupaten di wilayah Provinsi Jawa Timur memiliki obyek wisata unggulan.

Khususnya di pulau Madura yang memiliki sejuta pesona di bidang pariwisatanya yang mampu memuaskan para turis lokal maupun internasional sehingga mereka mempunyai kesan yang sangat menyenangkan dan pas dihati sehingga menyebabkan candu bagi mereka yang telah menikmati pariwisata di pulau Madura dan akan menimbulkan efek rasa ingin tahu bagi yang belum menikmati keindahan pulau Madura. Surga tersembunyi (*Hidden paradise*) merupakan istilah yang sesuai dengan pulau madura yang memiliki beragam potensi wisata mulai dari wisata sejarah, wisata alam, wisata budaya serta wisata religinya yang terbesar di empat kabupaten yaitu Sumenep, Pamekasan, Sampang dan yang terakhir Bangkalan.

Pulau Madura adalah nama pulau yang terletak di sebelah timur laut Jawa timur. Pulau Madura besarnya kurang lebih 5.168 km² (lebih kecil dari pada pulau Bali), dengan penduduk hampir 4 juta jiwa. Pulau ini merupakan daerah tujuan wisata di Indonesia memiliki potensi budaya dan pariwisata yang tak kalah menariknya dengan tujuan wisata lain yang ada di Indonesia. Secara Nasional,

pariwisata diharapkan akan menjadi sektor utama penyumbang devisa terbesar. Secara Internasional, badan pariwisata dunia, menegaskan bahwa pariwisata akan menjadi industri terbesar abad 21 bersama-sama dengan telekomunikasi dan teknologi informasi. Hal tersebut menjadi tolak ukur bagi pemerintah untuk meningkatkan sektor pariwisata, dimulai dari sektor pariwisata daerah yang berkaitan dengan keberadaan wisata sejarah.

Salah satu obyek wisata sejarah yang terletak di Kota Bangkalan yakni Museum Cakraningrat Bangkalan yang terletak di JL. Soekarno-Hatta no. 39A, Bangkalan, Jawa Timur. Merupakan salah satu obyek wisata yang sangat cocok bagi yang menginginkan sesuatu yang baru yang tidak hanya selalu berhubungan dengan senang-senang pada saat berlibur namun juga dapat memberikan sedikit edukasi tentang peninggalan sejarah di negara kita sendiri dan kejadian pada zaman dahulu. Museum ini dibuat untuk umum yang diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten yang awalnya benda-benda yang terdapat di museum ini berpindah-pindah tempat dan berganti-ganti nama pula tempatnya. Pada tanggal 13 maret 2008 pemerintah Kabupaten Bangkalan akhirnya menyelesaikan bangunan yang diberi nama gedung museum Cakraningrat Kabupaten Bangkalan, bangunan yang dibuat diatas lahan seluas 2.709 m² dengan rincian bangunan publik seluas 792 m² dan non publik seluas 144 m². Status kepemilikan dari tanahnya adalah hak milik Negara. Gedung museum Cakraningrat Bangkalan letaknya bersebelahan dengan kantor DPRD (Dewan Perwakilan Rakyat Daerah) Bangkalan yang termasuk juga bagian penting dari kantor Dinas Pemuda, Olahraga, kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan.

Tabel 1.2 Macam-macam koleksi di Museum Cakraningrat Bangkalan

NO	Nama Koleksi	Keterangan
1	Kain batik Madura, Peralatan membatik, alas membatik ukiran	Golongan Batik
2	meriam peluru lontar, benda-benda pusaka keraton	Golongan Peralatan Perang
3	kereta kuda, miniatur perahu, PIR(sarana transportasi umum)	Golongan Transportasi
4	alat musik tradisional tuk tuk, gamelan, tabbuan selajing	Golongan Alat Musik Tradisional
5	kelbung penyair air batu dan tempayan dari tanah liat, lumpang batu dan lumpang kayu serta pepes, peralatan masak dari tanah liat/ lempung, dan barang pecah belah keramik.	Golongan peralatan masak tradisional
6	manangan, paeduan, bokor, penggel, cucuk sisir, , kekeyan, ginggung, srono, judang	

Sumber : <http://museum-jatim.blongsport>, dan <http://jawatimuran.wordpress.com>

Berdasarkan data pengunjung Museum Cakraningrat dari tahun 2014 – tahun 2018 menunjukkan bahwasannya kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara mengalami penurunan dan peningkatan.

Tabel 1.3 Data pengunjung Museum Cakraningrat Bangkalan

Pariwisata Kab. Bangkalan	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Museum Cakraningrat Bangkalan	845	800	805	805	1000
Naik / Turun	-	Turun (45)	Naik (5)	-	Naik (195)

Sumber: Dinas pariwisata dan kebudayaan kota Bangkalan

Berdasarkan tabel 1.3 di atas data pengunjung yang didapat dari rekapitulasi penjualan karcis di Museum Cakraningrat Bangkalan menunjukkan bahwa jumlah pengunjung di Museum Cakraningrat Bangkalan mengalami peningkatan dan penurunan setiap bulannya pada lima tahun terakhir ini, peningkatan yang tertinggi pada tahun 2018 yakni sebesar 1000 karcis yang

terjual terjadi peningkatan sebesar 195 dibandingkan pada tahun-tahun sebelumnya sedangkan penurunan tertinggi pada tahun 2015 yakni sebesar 800 karcis yang telah terjual terjadi penurunan sebesar 45 dibandingkan tahun sebelumnya. Siklus pengunjung yang Fluktuatif ini terjadi disebabkan karena semakin banyaknya wisata yang lebih menarik, sehingga wisatawan lebih memilih karakter wisata yang lebih cocok.

Kendala yang dialami oleh Museum Cakraningrat Bangkalan yakni kurangnya minat dari para pengunjung (masyarakat) untuk mencari tahu tentang sejarah yang ada di Kabupaten Bangkalan. Keberadaan Museum Cakraningrat Bangkalan tidak begitu diketahui oleh para wisatawan baik wisatawan dari luar pulau Madura maupun wisatawan mancanegara, sehingga tidak banyak wisatawan yang berkunjung ke Museum tersebut. Selain itu, kurangnya tingkat kesadaran masyarakat saat ini tentang pengetahuan sejarah pada zaman dahulu terutama tentang sejarah negara Indonesia dan kejadian-kejadian yang telah terjadi pada zaman dahulu membuat masyarakat tidak mengenal sejarah negaranya sendiri. Alasan diatas dikarenakan tidak adanya aktivitas promosi melalui periklanan yang dilakukan oleh Museum Cakraningrat Bangkalan. Hal demikian dapat menjadi salah satu kendala yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung dikarenakan kurangnya informasi yang diterima oleh masyarakat.

Selain itu promosi penjualan yang dilakukan oleh Museum Cakraningrat Bangkalan masih kurang. Hal tersebut dibuktikan dengan kurangnya wisatawan yang berkunjung ke Museum. Kebanyakan pengunjung yang datang ke Museum adalah para pelajar, mulai tingkat Taman Kanak-kanak (TK) sampai tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Hal tersebut merupakan bagian dari program

dinas pariwisata dan kebudayaan yang melakukan kerjasama dengan pihak dinas pendidikan untuk melakukan kunjungan rutin. Hal tersebut juga merupakan strategi komunikasi pemasaran sebagai upaya proses penjualan langsung yang dilakukan oleh Museum Cakraningrat Bangkalan dengan melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah yang dilakukan oleh pihak dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bangkalan agar Museum Cakraningrat Bangkalan ramai pengunjung. Selain itu pihak dinas juga mengadakan event-event seperti lomba mewarnai gambar koleksi Museum, mengadakan observasi, dan kegiatan publikasi lainnya.

Pernyataan yang disampaikan Kepala Dinas bidang kebudayaan mengatakan bahwasannya koleksi yang berada di Museum Cakraningrat Bangkalan masih kurang, terlebih koleksi yang berkaitan dengan peninggalan raja tidak ada satupun tersedia di Museum. Kebanyakan koleksi yang berada di Museum Cakraningrat Bangkalan merupakan koleksi peninggalan-peninggalan dari prajurit kerajaan. Hal ini dikarenakan kebanyakan alat-alat dan pusaka kerajaan peninggalan raja saat ini di pegang oleh masyarakat yang merupakan keturunannya. Hal tersebut yang menjadi kendala tersendiri bagi Museum Cakraningrat Bangkalan karena koleksi tersebut sangat sukar untuk diambil oleh pihak dinas untuk melengkapi koleksi yang ada di Museum. Bapak Kepala Bidang kebudayaan mengatakan pengambilan alat pusaka tersebut harus dibarengi dengan adanya kompensasi sebagai pengganti dari alat pusaka yang akan di Museumkan. Hal tersebut sampai saat ini masih belum bisa terealisasi dikarenakan belum adanya itikad baik untuk menyerahkan alat pusaka raja tersebut kepada pihak dinas dari pihak masyarakat yang merupakan keturunan raja. Kurangnya koleksi di Museum Cakraningrat Bangkalan ini mempengaruhi tingkat minat berkunjung Wisatawan. Hal ini yang menjadi alasan

terkendalanya publisitas yang dilakukan oleh Museum Cakraningrat Bangkalan terkait dengan publisitas produk yang tidak maksimal sehingga mengakibatkan kurangnya minat masyarakat untuk berkunjung.

Salah satu langkah yang strategis dalam menjalankan pemasaran adalah dengan menerapkan model komunikasi pemasaran yang baik dan benar. Dengan adanya komunikasi pemasaran yang efektif maka akan sangat mendukung objek wisata di Kabupaten Bangkalan sehingga dikenal oleh wisatawan dalam negeri dan wisatawan luar negeri agar kunjungan wisatawan ke kabupaten Bangkalan semakin meningkat setiap tahunnya. Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi pemasaran guna meraih segmentasi yang luas (Soemanagara, 2006: 4-5). Dengan adanya komunikasi pemasaran dapat lebih mempermudah semua perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata dengan menggunakan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran secara umum merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen. Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan rangkaian kegiatan untuk mewujudkan suatu produk, jasa, ide dengan menggunakan model komunikasi pemasaran yaitu: periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan secara langsung.

Penelitian ini mengambil judul yang akan diangkat berdasarkan latar belakang dan beberapa permasalahan yang telah diuraikan diatas:

“PENGARUH MODEL KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA MUSEUM CAKRANINGRAT BANGKALAN”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan diatas memunculkan sebuah permasalahan yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti pertanyaan dibawah ini lebih lanjut :

1. Apakah periklanan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?
3. Apakah publisitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?
4. Apakah penjualan secara langsung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?
5. Diantara model komunikasi pemasaran, manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?
6. Apakah Model komunikasi pemasaran berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara periklanan terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara promosi penjualan terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrata Bangkalan.

3. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara publisitas terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh antara penjualan secara langsung terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan.
5. Untuk mengetahui model komunikasi pemasaran manakah yang lebih dominan pengaruhnya terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan.
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dari model komunikasi pemasaran terhadap keputusan berkunjung pada Museum Cakraningrat Bangkalan.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu :

1. Bagi pengelola objek wisata sejarah Cakraningrat Bangkalan , penelitian ini diharapkan menjadi masukan objektif, berupa kajian/ penelitian mengenai permasalahan aktual yang terjadi khususnya pada permasalahan yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran terhadap proses keputusan berkunjung Wisata sejarah Museum Cakraningrat Bangkalan. Sehingga akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta mencapai tujuan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan nasional secara umumnya.

2. Bagi penulis

- a. Dengan adanya penelitian ini dapat diharapkan penulis bisa menerapkan ilmu yang telah diperoleh dari bangku perkuliahan untuk menghadapi berbagai masalah yang terjadi di lapangan.
- b. Dapat dijadikan sebagai study banding antara pengetahuan teori dengan praktek di lapangan.
- c. Hasil dari penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman dalam mengaplikasikan sebagian kecil dari teori pemasaran yang telah didapatkan di bangku perkuliahan.

3. Manfaat bagi akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti yang akan melakukan penelitian serupa di masa mendatang.

4. Bagi pihak lain

- a. Sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.
- b. Dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dan memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran.