

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan keindahan alamnya, salah satunya adalah kekayaan dengan pariwisata. Pada era globalisasi, tidak tertutup kemungkinan bahwa masyarakat semakin tertarik untuk mengetahui komposisi yang terkandung dalam produk pariwisata. Pariwisata sebagai industri ini agar dapat menjadi andalan dalam perekonomian suatu daerah, maka diperlukan perencanaan dan penganggaran yang matang, agar perjalanan pariwisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan. Maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Pada saat ini pemerintah juga secara terus menerus mendorong pengembangan destinasi pariwisata yang berkualitas. Industri pariwisata merupakan salah satu sektor jasa yang sangat penting untuk dikembangkan. Pada tingkat daerah, sektor ini diperkirakan akan menjadi penunjang pendapatan daerah yang kontribusinya di masa mendatang memiliki prospek yang menguntungkan.

Pariwisata secara umum merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetap semata mata untuk menikmati kegiatan perjalanan dengan tujuan memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pengertian adalah berbagai macam wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintahan daerah.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak keindahan alam yang luar biasa. Salah satu pariwisata yang terdapat di provinsi Jawa Timur yaitu di Pulau Madura. Pulau Madura adalah nama pulau yang terletak di sebelah timur laut Jawa Timur. Pulau Madura besarnya kurang lebih 5.168 Km² (lebih kecil dari 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, WTO, badan pariwisata dunia menegaskan bahwa pariwisata akan menjadi industri terbesar abad 21 bersamaan dengan telekomunikasi dan teknologi informasi . Hal tersebut menjadi tolak ukur bagi pemerintah untuk meningkatkan sektor pariwisata dimulai dari sektor pariwisata daerah.

Pulau Madura dengan keanekaragaman potensi wisata alam yang sangat besar menjadi salah satu prioritas pengembangan wisata alam. Jumlah daya tarik wisata di Indonesia cukup banyak dan beraneka ragam. Namun aspek yang berkualitas perlu ditemukan di setiap daerah, kemudian dikembangkan dan di promosi sesuai dengan segmen wisatawan yang cocok, maka akselerasi pembangunan industri pariwisata di Indonesia terus dipertahankan.

Kabupaten Pamekasan adalah salah satu daerah yang kaya objek wisata dan daya tarik wisata. Kabupaten Pamekasan ini terletak pada posisi strategis antara Sampang, Sumenep dan sebagai kota penyangga di Kabupaten Pamekasan. Kabupaten Pamekasan merupakan kota gerbang salam dengan keindahan alam dan peninggalan budaya dan sejarah museum, keraton, bukit, laut dan masih banyak lagi yang tiada duanya. Berbagai karya seni dan budaya

serta peninggalan nenek moyang di wilayah ini merupakan aset yang menarik untuk ditawarkan ke wisatawan. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Pamekasan harus dipandang sebagai potensi ekonomi yang sangat penting untuk menopang pembangunan di wilayah pamekasan pada khususnya.

Salah satu objek wisata alam yang potensial di Kabupaten Pamekasan adalah Objek Wisata Jumiang yang terletak di desa Tanjung, Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. ODTW tersebut terletak di pojok selatan desa Tanjung dengan ketinggian 1200 meter di atas permukaan air laut, dengan pemandangan bukit dan laut yang indah. Dengan kondisi demikian kawasan tersebut sangat potensial untuk dikembangkan. Pamekasan sekarang menjadi salah satu tujuan utama para wisatawan dan menikmati liburan mereka. Sebagai provinsi yang memiliki beberapa destinasi wisata tiap daerahnya agar dapat memanfaatkan keadaan ini untuk lebih mengembangkan produk wisata dan citra destinasi itu sendiri, sehingga akan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke kabupaten pamekasan dan memberikan kontribusi yang besar pada perekonomian masyarakat pada umumnya.

Dianggap sebagai salah satu wisata andalan dalam kabupaten Pamekasan ODTW ini harus meningkatkan sistem pemasarannya terutama melalui kajian promosi yang kuat, melihat fakta bahwa promosi yang digunakan oleh dinas pariwisata atau disparbup masih terbilang minim. Secara umum promosi suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Kotler dan Keller, 2004). Jika mengacu pada selera pasar terhadap produk

pariwisata dan disparbup untuk terus melakukan promosi yang lebih gencar lagi melalui pendekatan bauran promosi.

Salah satu langkah strategis dalam pemasaran adalah dengan melakukan promosi. Dengan adanya promosi yang efektif maka akan sangat mendukung objek wisata di kabupaten pamekasan agar dikenal oleh wisatawan dalam negeri atau bisa dikenal dengan wisatawan nusantara dan lebih dikenal oleh wisata luar negeri agar nanti kunjungan wisatawan ke kabupaten Pamekasan semakin meningkat tiap tahunnya.

Berdasarkan data dinas pariwisata Pamekasan setiap tahunnya kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan dan penurunan.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Tiap tahun

Tahun	Bulan	Jumlah Pengunjung	Naik/Turun
2016	Januari	1.675	-
2016	Februari	825	(-) 850
2016	Maret	1126	(+) 301
2016	April	786	(-) 340
2016	Mei	439	(-) 347
2016	Juni	2314	(+) 1875
2016	Juli	3276	(+) 962
2016	Agustus	1769	(-) 1507
2016	September	2629	(+) 860
2016	Oktober	2564	(-) 65
2016	November	1728	(-) 836
2016	Desember	1937	(+) 209
2017	Januari	2520	(+) 583
2017	Februari	2117	(-) 403
2017	Maret	1982	(-) 135
2017	April	1664	(-) 318
2017	Mei	1500	(-) 164
2017	Juni	1720	(+) 220
2017	Juli	1191	(+) 271
2017	Agustus	2289	(+) 1098
2017	September	4226	(+) 1937
2017	Oktober	2902	(-) 1324
2017	November	1804	(-) 1098
2017	Desember	5001	(+) 3197

2018	Januari	4307	(-) 694
2018	Februari	2978	(-) 1329
2018	Maret	2518	(-) 460
2018	April	2714	(+) 223
2018	Mei	2178	(-) 563
2018	Juni	15.738	(+) 13.560
2018	Juli	3312	(-) 12.426
2018	Agustus	7050	(+) 3.738

Sumber : Dinas Pariwisata dan Mpok Darwis Kabupaten Pamekasan

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan jumlah pengunjung wisatawan di Objek Wisata jumiang mengalami peningkatan dan penurunan, penurunan tertinggi pada bulan Juli 2018 dan peningkatan tertinggi terjadi pada bulan juni 2018. Siklus pengunjung yang Fluktuatif ini terjadi di sebabkan karena semakin banyaknya wisata yang lebih bervariasi, sehingga wisatawan lebih memilih karakter wisata yang lebih cocok. Kepuasan ditandai dengan rasa senang, begitu pula sebaliknya jika konsumen merasa kecewa maka dapat dikatakan bahwa konsumen merasa tidak puas, selain itu tidak kepuasan bisa diukur dengan banyak sedikitnya komentar negatif dan keluhan dari konsumen.

Kendala dari objek wisata Jumiang saat ini yakni akses jalan menuju wisata, dan belum adanya listrik di Objek wisata tersebut. Akses jalan menuju Objek wisata masih terbilang sulit dikarenakan jalan yang masih bergelombang dan tempatnya juga agak melosok. Dengan tidak adanya listrik di bukit tersebut membuat pengunjung merasa kurang puas dalam berkunjung. Dalam hal ini sebaiknya dalam pengembangan wisata tersebut lebih di tingkatkan lagi. Semakin tinggi penilaian pada produk wisata semakin tinggi juga keinginan untuk memutuskan berkunjung ke tujuan destinasi wisata tersebut.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:205) tujuan promosi yaitu, mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang. Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak

yang lebih banyak. Unsur bauran promosi (Promotion Mix) terdiri atas lima perangkat utama, yaitu *Adversiting* (Periklanan), merupakan semua penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa, yang dilakukan sponsor tertentu. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), berbagai intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa, *Public Relation and Publicity* (Humas dan Publisitas) berbagai progrm untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individualnya, *Personal selling* (pemasaran personal) interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan, *Direct Marketing* (pemasaran langsung), penggunaan surat,telepon, faksmili,email dan alat penghubung nnon personal lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan clon pelanggan.

Pemasaran personal tidak digunakan sebagai salah satu variabel dalam penelitian ini, dikarenakan objek studi dari penelitian ini merupakan objek pariwisata, yang mensyaratkan bahwa pemasaran personal akan sulit diterapkan karena jika dalam pemasaran pariwisata menggunakan personal selling di anggap tidak efektif karena kita harus menyampaikan pemasaran pariwisata secara langsung sedangkan calon pengunjung tidak pasti, kebanyakan calon pengunjung untuk mengunjungi suatu wisata lebih tertarik pada rekomendasi dari pengalaman dari orang lain misalnya, teman, sahabat, dan keluarga.

Dengan mengupayakan strategi promosi yang lebih bagus, maka akan meningkatkan keputusan pelanggan untuk berkunjung ke objek wisata Jumiang. Manfaat pembangunan baik manfaat ekonomi, sosial, budaya, fisik, lingkungan kehidupan di lingkungan sekitar Objek wisata akan tercapai. Secara

berkesinambungan akan tercapai pula target yang dituju oleh pemerintah. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini mengambil judul: **"PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA DESTINASI PARIWISATA"**(Studi pada Objek Wisata Jumiang di Kabupaten Pamekasan).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dari penjelasan yang telah diuraikan, dapat diketahui pariwisata di Indonesia diharapkan dapat lebih lagi menyumbang devisa negara. Tuntutan untuk hal tersebut semakin meningkatkan persaingan bisnis pariwisata. Dalam penelitian ini, upaya peningkatan jumlah pengunjung melalui bauran promosi yang antara lain seperti periklanan, promosi penjualan, humas dan publistas, serta pemasaran langsung belum dilakukan secara maksimal. Bauran promosi hanya dilakukan melalui saluran bauran promosi yang tidak membutuhkan banyak biaya (perusahaan menekan biaya promosi).

Dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh bauran promosi terhadap keputusan berkunjung. Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah disampaikan, maka pertanyaan penelitian dari peneltian ini sebagai berikut:

1. Apakah bauran Promosi Periklanan berpengaruh terhadap Keputusan berkunjung pada objek wisata Jumiang?
2. Apakah bauran promosi, promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata jumiang?
3. Apakah bauran promosi Humas dan publisitas berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata Jumiang?

4. Apakah bauran promosi pemasaran langsung berpengaruh terhadap keputusan berkunjung pada objek wisata jumiang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari peneltian ini yaitu, untuk mengetahui apakah bauran promosi (Periklanan, Promosi Penjualan, Humas dan Publisitas, pemasaran langsung) berpengaruh terhadap peningkatan keputusan berkunjung di Objek wisata Jumiang kabupaten Pamekasan.

1.4 Manfaat penelitian

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

1. Bagi pengelola objek wisata jumiang.

penelitian ini diharapkan menjadi masukan objektif, berupa kajian/penelitian mengenai permasalahan aktual yang terjadi khususnya pada permasalahan yang berkaitan dengan bauran promosi terhadap proses keputusan berkunjung objek wisata Jumiang. Sehingga akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta mencapai tujuan pembangunan daerah khususnya dan pembangunan nasional secara umumnya.

2. Bagi mahasiswa

Penelitian merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analisis tentang pengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan berkunjung Objek Wisata Jumiang.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini berpengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan berkunjung ke objek wisata diharapkan di jadikan sebagai rujukan, informasi, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan.