

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting suatu negara yang diandalkan pemerintah untuk memperoleh pendapatan. Dengan berkembangnya sektor pariwisata dapat menarik sektor yang lain untuk berkembang. Seperti perkebunan, pertanian, peternakan, dan lainnya. Mata rantai kegiatan yang berhubungan dengan industri pariwisata tersebut bisa menghasilkan pendapatan yang dapat digunakan untuk membuka lapangan pekerjaan yang dapat mengurangi tingkat pengangguran.¹

Salah satu negara yang kaya akan sumber daya alam adalah Indonesia yang terdiri dari lautan, pantai dan daratan. Dimana sumber daya alam tersebut akan menjadi keuntungan besar bagi negara jika dikelola dengan baik. Salah satu pendayagunaan sumber daya alam yaitu dengan menciptakan daerah wisata. Diharapkan daerah dengan sumber daya alam yang menarik dapat memberikan kontribusi terhadap sumber pendapatan. Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 tahun 2004 memberikan kewenangan kepada Pemerintah Daerah untuk mengelola wilayahnya dengan mengembangkan potensi sumber daya yang dimiliki oleh daerah tersebut sehingga dapat mendukung dalam pembangunan di daerah.

Pengembangan pariwisata merupakan interaksi antara proses ekonomi, sosial, dan industri. Masyarakat mempunyai andil yang sangat besar dalam proses tersebut. Oleh karena itu, masyarakat ditempatkan pada posisi sebagai pemilik, pengelola, perencana dan pengambil keputusan terkait program yang melibatkan kesejahteraannya.

Lokasi Kabupaten Bangkalan berada di ujung barat pulau Madura, dimana Jembatan Nasional Suramadu menjadi penghubung antara Kabupaten Bangkalan dan Kota Surabaya sebagai kota sentral. Jembatan Nasional Suramadu menjadikan Kabupaten Bangkalan berpatensi sebagai pusat wisata di pulau Madura karena lokasinya yang strategis dan mudah

¹ Dewi Kusuma Sari, Tesis: *Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Panatai Sigandu Kabupaten Batang* (Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2011). Hal. 16.

dijangkau. Adapun potensi pariwisata di Madura berupa potensi alam, ekonomi dan sosial budaya. Potensi ini bisa dikembangkan pada sektor pariwisata sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Seiring berkembangnya waktu, banyak sekali muncul konsep-konsep pembangunan wisata di Kabupaten Bangkalan. Salah satu wisata baru di Bangkalan yaitu wisata Cakra Suramadu. Wisata Cakra Suramadu merupakan wisata baru dan masih dalam tahap rintisan yang terletak di Desa Morkepek Kecamatan Labang. Letak Wisata tersebut cukup strategis karena berada di pintu keluar masuk Jembatan Suramadu. Mengingat wisata ini masih dalam tahap rintisan sehingga diperlukan strategi pemasaran yang baik dan tepat.

Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan perencanaan, penentuan, mempromosikan serta mendistribusikan produk dengan bertujuan untuk memuaskan dan mencapai sasaran pasar. Salah satu strategi dalam menarik wisatawan yaitu dengan melakukan pemasaran. Konsep pemasaran sangat penting dilakukan untuk kelancaran dari sebuah bisnis. Strategi pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan pasar disertai dengan nilai merupakan strategi pemasaran yang perlu diimplementasikan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang mempunyai pikiran, perasaan dan jiwa seharusnya bisa mendekati konsumen sebagai manusia.²

Strategi pemasaran sangat perlu diterapkan di industri pariwisata, salah satu strategi pemasaran yang digunakan dalam pariwisata adalah strategi *marketing mix*. *Marketing mix* dapat dijadikan alat untuk mengukur produk sebelum melakukan pemasaran. Oleh karena itu, dengan adanya strategi *marketing Mix* diharapkan dapat mengetahui variabel apa yang sudah baik dan variabel apa yang perlu diperbaiki dalam pariwisata.

Dalam konsep dasar kaidah fiqih penerapan *marketing mix* dalam pemasaran syariah merujuk pada “*al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun ‘ala tahrimiha*” artinya pada dasarnya seluruh kegiatan

² Muh Isra Iradat, Tesis: *Perumusan Strategi Pemasaran Untuk Kabupaten Wonosobo Sebagai Destinasi Berbasis Ekowisata* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2019). Hal. 13.

muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.³ Pemasaran syariah dibutuhkan sebab pemasaran syariah bukan hanya sekedar pemasaran dengan menempelkan hal yang bersifat religius sebagai pemanis pada taktik pemasaran. Akan tetapi pemasaran syariah mengajarkan pelaku usaha untuk berperilaku jujur terhadap konsumen. Dengan nilai-nilai syariah dapat mencegah pelaku usaha terperosok pada kekeliruan dan kecurangan. Dalam pemasaran syariah lebih mementingkan nilai-nilai etika dan moral dibandingkan dengan mencari keuntungan saja.⁴ Sehingga kegiatan pemasaran kembali pada karakteristik yang seharusnya yaitu, teistis, etis, realistis dan humanitis.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas objek wisata serta merumuskan rencana strategi pemasaran dalam mengembangkan Wisata Cakra Suramadu. Penelitian ini menggunakan pendekatan *marketing mix* yaitu produk, tempat, harga, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi *marketing mix* di Wisata Cakra Suramadu perspektif *marketing syariah*?
2. Bagaimana rekomendasi strategi pemasaran dalam mengembangkan Wisata Cakra Suramadu?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana strategi *marketing mix* di Wisata Cakra Suramadu perspektif *marketing syariah*.
2. Untuk merumuskan rencana pemasaran dalam mengembangkan Wisata Cakra Suramadu.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006). Hal. 27.

⁴ M Arif dan Al Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010). Hal. 21.

1. Membantu pengelola wisata dalam merencanakan strategi pemasaran wisata.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi para pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait strategi pemasaran wisata Cakra Suramadu.

1.4 Target Luaran & Capaian

Tabel 1.1 Target Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1.	Publikasi jurnal ilmiah bereputasi dan terakreditasi Nasional	<i>Acceptance</i>
2.	Konversi Tugas Akhir (Skripsi)	<i>Progress</i>

1.5 Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2022/Bulan				
		Agustus	September	Oktober	November	Desember
1.	Menentukan judul penelitian					
2.	Survei lapangan					
3.	Penyusunan proposal					
4.	Membuat daftar pertanyaan					
5.	Pengumpulan data					
6.	Pengolahan data					
7.	Pengerjaan artikel					
8.	Submit artikel					
9.	Laporan akhir penelitian					
10.	Sidang MBKM riset					