

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sektor pariwisata merupakan bagian penyumbang dari PDRB (Produk Domestik Regional Bruto). Akhir-akhir ini negara Indonesia terus menerus mempromosikan pariwisatanya, karena lokasinya yang berada digaris khatulistiwa, Indonesia mempunyai kekayaan yang sangat melimpah. Indonesia tidak hanya memiliki pantai-pantai tropis yang indah, akan tetapi Indonesia juga memiliki gunung dan danau yang memukau. Pariwisata kini menjadi andalan pendulang devisa negara, mendorong pembangunan sektor pariwisata untuk mendulang devisa merupakan suatu pemikiran yang strategis dan sedikit lebih maju. Pembangunan kepariwisataan menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bertujuan untuk: a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi, b) meningkatkan kesejahteraan rakyat, c) menghapus kemiskinan, d) mengatasi pengangguran, e) melestarikan alam, f) lingkungan dan sumber daya, g) memajukan kebudayaan, h) mengangkat citra bangsa, i) memupuk rasa cinta tanah air, j) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan k) mempererat persahabatan bangsa.

Pembangunan kepariwisataan meliputi 3 hal yaitu, industri pariwisata, destinasi pariwisata, dan pemasaran pariwisata. Menteri pariwisata Indonesia menegaskan, dalam lima tahun ke depan pemerintah menetapkan target kunjungan 20 juta wisatawan asing, dengan target pemasukkan devisa sebesar Rp. 260 triliun. Angka tersebut menurut Arief Yahya (Menteri Pariwisata) sangat wajar mengingat selama 2014 sektor pariwisata menyumbang devisa sebesar Rp. 136 triliun. Di tahun yang sama sektor pariwisata menduduki peringkat ke 4 sebagai penyumbang devisa negara terbanyak di bawah minyak kelapa sawit,

batu bara, dan minyak bumi. Di kawasan ASEAN sendiri daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2015 menduduki peringkat ke 4 masih di bawah Singapura, Thailand, dan Malaysia.

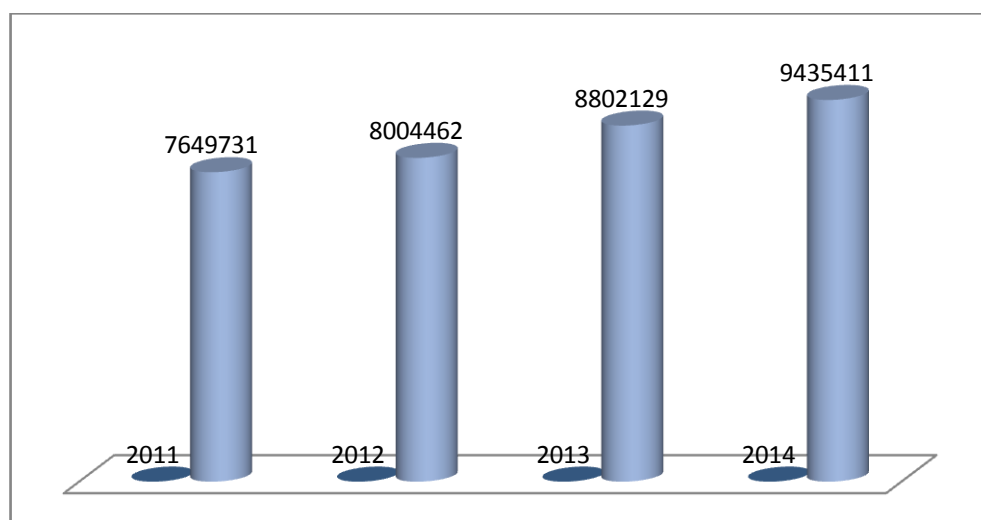
Sektor pariwisata dianggap sebagai sektor yang dapat mengurangi tingkat kemiskinan yang ada di Indonesia, karena sektor ini diyakini dapat menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang cukup banyak, selain itu sektor pariwisata ini juga akan memicu tumbuh dan berkembangnya industri-industri kreatif. Hal tersebut dikarenakan adanya permintaan dari para wisatawan yang datang berkunjung. Seorang wisatawan yang datang ke suatu daerah atau destinasi tidak hanya ingin menikmati objek wisata tersebut pastilah mereka membutuhkan tempat penginapan, tempat makan, dan buah tangan atau cindremata dari daerah tersebut. Kedatangan para wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat sekitar tempat wisata tersebut untuk berwirausaha membuka lapangan-lapangan pekerjaan baru, menjadi pengusaha rumah penginapan (hotel), restoran, maupun jasa angkutan untuk menuju objek wisata tersebut. Masyarakat lokal harus bisa menangkap peluang ini, sehingga masyarakat akan memperoleh pendapatan pekerjaan tersebut.

Menurut Archer dalam Widiastuti (2013), jumlah uang yang dikeluarkan wisatawan dapat mengakibatkan dampak langsung terhadap sektor perdagangan, hotel, dan restoran sehingga hal ini dapat meningkatkan PDRB. Penelitian Cooper di Inggris dalam Utama (2006) menyebutkan bahwa 81,27 persen total pengeluaran wisatawan asing dialokasikan untuk akomodasi, makanan, dan belanja lainnya, sedangkan wisatawan domestik mengalokasikan 74,2 persen untuk pengeluaran tersebut, penelitian BPS Provinsi Bali di tahun 2000 menunjukkan bahwa pengeluaran wisatawan yang berkunjung ke Bali

66,81 persen dialokasikan untuk sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Dengan meningkatnya kunjungan dan belanja dari wisatawan, maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja perekonomian daerah, yaitu meningkatnya pendapatan sektor-sektor ekonomi dan berkembangnya lapangan pekerjaan. Industri pariwisata kian berkembang dari tiap tahunnya, karena sektor ini dinilai memiliki prospek yang menjanjikan ke depannya. Dampak positif dari pariwisata ini tidak hanya dirasakan oleh pemerintah saja, namun masyarakat lokal sekitar tempat wisata tersebut juga akan merasakan dampaknya. Kegiatan berwisata akhir-akhir ini sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, karena berwisata dapat menghilangkan kejenuhan kerja dan belajar mengenai sejarah atau budaya.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah wisatawan asing yang datang ke Indonesia terus mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya.

Gambar 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia dari Tahun 2011-2014 (Jiwa)



Sumber: BPS Indonesia 2015

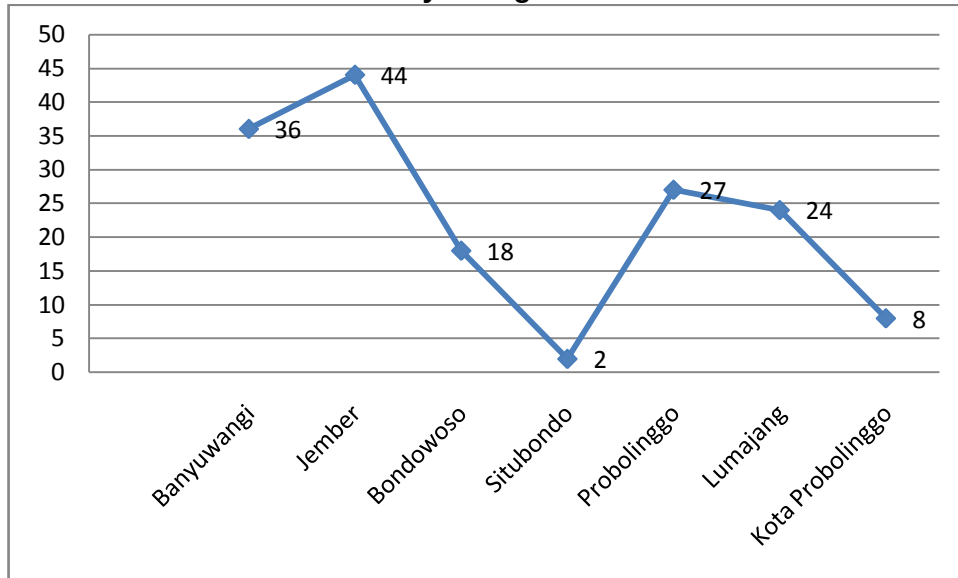
Pada gambar diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2011 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 7.646.731 dan pada tahun 2012 mencapai 8.004.462 wisatawan dan meningkat di tahun 2013 mencapai 8.802.129 wisatawan sedangkan di tahun 2014 mencapai 9.435.411 wisatawan (BPS, 2015). Setiap daerah kini mulai bersaing untuk mengembangkan potensi wisatanya, berbagai kebijakan maupun strategi mulai dilakukan Pemerintah Kabupaten/Kota bertujuan untuk menggenjot sektor pariwisatanya.

Kabupaten Banyuwangi merupakan sebuah daerah yang terletak di ujung Provinsi Jawa timur, kabupaten ini terletak 350km dari pusat Provinsi Jawa Timur (Surabaya). Kabupaten Banyuwangi menjadi kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur, dengan luas wilayahnya mencapai 5.782,50 km^2 . Kabupaten Banyuwangi mempunyai julukan *The Sunrinse of Java*, letak kabupaten Banyuwangi sendiri yang sangat strategis menjadikan kabupaten ini mempunyai potensi wisata yang harus dikembangkan, dari mulai wisata pantai dan pegunungan. Dahulunya Kabupaten Banyuwangi mempunyai berbagai permasalahan yang kompleks mulai dari rendahnya angka melek huruf, di tahun 2010 angka melek huruf Kabupaten Banyuwangi sebesar 63,08% (BPS, 2015). Angka kemiskinan di Kabupaten Banyuwangi di tahun 2010 sangatlah tinggi, yaitu mencapai 11.25% (BPS, 2015) hal ini hampir mendekati angka kemiskinan nasional yaitu 13,33%. Selain itu Kabupaten Banyuwangi juga dinobatkan menjadi Kabupaten terkotor kedua di Provinsi Jawa Timur di tahun 2010 serta masyarakat luar daerah yang melabeli Kabupaten Banyuwangi sebagai Kota santet atau mistis. Banyak investor yang enggan untuk menanamkan modal di Kabupaten Banyuwangi dikarenakan iklim investasi di Kabupaten Banyuwangi kurang menarik, selain itu banyaknya permasalahan yang ada di Kabupaten Banyuwangi menjadi alasan.

Dalam kurun waktu beberapa tahun Kabupaten Banyuwangi kini tidak lagi dikenal dengan kota santet atau mistis, akan tetapi Kabupaten Banyuwangi kini lebih dikenal dengan Kabupaten wisata bahkan objek-objek wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi menjadi ikon wisata Provinsi Jawa Timur. Sangat sulit untuk merubah *image* tersebut bahkan untuk memperkenalkan ke masyarakat luas dibutuhkan suatu strategi-strategi yang dilakukan untuk mencapai itu. Disamping itu, ada keterbatasan anggaran pembangunan daerah yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi, APBD Kabupaten Banyuwangi dalam beberapa tahun terakhir jumlahnya diatas Rp. 1 trilyun rupiah. Dalam konteks pembangunan daerah di Kabupaten Banyuwangi, APBD menduduki posisi yang sangat strategis guna menstimulasi perekonomian di Kabupaten Banyuwangi. Untuk mewujudkan strategi-strategi tersebut dibutuhkan adanya kerja sama atau sinergitas antar *stakeholder*.

Pada awalnya Kabupaten Banyuwangi hanya dilewati saja oleh para wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang akan berkunjung ke Pulau Bali melalui jalur darat. Hal ini yang melatar belakangi munculnya suatu ide untuk menggali dan memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi sehingga para wisatawan itu nantinya akan berkunjung dan membelanjakan uangnya di Kabupaten Banyuwangi, harapannya Kabupaten ini tidak hanya dilewati begitu saja oleh para wisatawan yang akan ke Pulau Bali. Berdasarkan daata dari BPS pada tahun 2012 jumlah objek wisata yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi tidak jauh beda dengan Kabupaten/Kota disekitar Banyuwangi, yaitu:

Gambar 1.2
Jumlah Objek Wisata di Kabupaten Banyuwangi dan Sekitar Kabupaten Banyuwangi tahun 2012



Sumber : BPS, berbagai Kabupaten/Kota 2015

Grafik diatas menjelaskan bahwa jumlah objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi relatif lebih sedikit jika dibandingkan dengan Kabupaten Jember. Sementara Kabupaten lainnya seperti Probolinggo dan Lumajang jumlah objek wisatanya juga tidak terlalu banyak selisihnya jika dibandingkan dengan Kabupaten Banyuwangi. Namun, berdasarkan data BPS perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung dari tahun 2011-2014 Kabupaten Banyuwangi lebih dominan kenaikannya dibandingkan dengan Kabupaten lainnya, yaitu :

Tabel 1.3
Jumlah Wisatawan Domestik yang Berkunjung di Kabupaten Banyuwangi dan Sekitar Kabupaten Banyuwangi 2011-2014 (Jiwa)

No	Kabupaten/Kota	wisatawan domestik			
		2011	2012	2013	2014
1	Banyuwangi	625.127	869.224	1.057.952	1.457.882
2	Jember	642.930	636.963	661.772	505.207
3	Bondowoso	18.522	6.711	23.825	28.721
4	Situbondo	237.082	238.583	256.017	196.826
5	Probolinggo	228.101	313.791	503.150	441.560
7	Lumajang	725.896	771.320	810.369	1.011.586
8	Kota Probolinggo	106.485	767.302	585.701	465.362

Sumber : BPS, berbagai Kabupaten/Kota 2015

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat jika jumlah objek wisata yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi masih kalah jumlahnya dengan objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Jember, akan tetapi terdapat perbedaan yang jauh antara Kabupaten Jember dan Banyuwangi pada kolom jumlah pengunjung domestik. Seharusnya dengan jumlah objek wisata yang lebih banyak Kabupaten Jember mampu untuk mendatangkan wisatawan lebih banyak dari Kabupaten Banyuwangi, namun kondisi fakta di lapangan berbeda. Hal ini seakan menegaskan bahwa Kabupaten Banyuwangi mempunyai strategi yang berbeda dengan Kabupaten Jember sehingga Kabupaten Banyuwangi mampu menarik banyak wisatawan untuk berkunjung. Kabupaten Banyuwangi mampu mengelola dan mengembangkan objek wisata yang ada sehingga hal tersebut mampu

dioptimalkan untuk mendatangkan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Di tahun 2016 ini Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berencana akan menyelenggarakan 58 festival yang dibalut dengan unsur wisata maupun budaya, dari sini Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menargetkan kunjungan wisatawan akan mengalami kenaikan sebesar 2.000.000 wisatawan domestik dan 50.000 wisatawan mancanegara. Untuk mewujudkan itu semua tidaklah mudah dibutuhkan berbagai strategi penawaran jasa pariwisata yang perlu dilakukan oleh para *stakeholder* terutama Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Oleh karena itu sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan pada latar belakang diatas penulis ingin mengetahui “*strategi penawaran jasa pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.*”

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang terdapat pada latar belakang dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi penawaran jasa pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari permasalahan yang terdapat diatas dapat dirumuskan tujuan penelitian ini yaitu : Untuk mengetahui dan memahami strategi penawaran jasa pariwisata yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat mengambil berbagai manfaat, diantaranya :

1. Manfaat teoritik : Bagi kalangan akademisi penelitian ini dapat menambah wawasan atau ilmu mengenai ekonomi mikro, terutama mengenai teori penawaran.
2. Kegunaan secara praktis :
 - a. Untuk Pemerintah Kabupaten Banyuwangi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan atau referensi dalam membuat suatu strategi penawaran jasa yang tepat dalam mengembangkan pariwisata. Dan diharapkan mampu memberikan pemahaman yang mendalam kepada Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mengenai pentingnya membuat suatu strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.
 - b. Untuk para pelaku ekonomi dan masyarakat diharapkan lebih memiliki kreatifitas untuk melihat potensi-potensi wisata yang ada di daerahnya masing-masing, hal ini bertujuan agar pariwisata di Kabupaten Banyuwangi dapat bersaing dengan Kabupaten atau Kota lainnya dan manfaat dari kemajuan pariwisata nantinya juga akan dirasakan oleh masyarakat Kabupaten Banyuwangi secara luas.