

BAB I

1.1 PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak potensi terutama pariwisata. Potensi pariwisata ini bukan saja memberikan kontribusi pada pertumbuhan perekonomian saja namun juga memberikan kontribusi pada sosial dan budaya bangsa. Pariwisata berhasil menyumbangkan pemasukan devisa terbesar ke empat bagi Indonesia. Pariwisata menyumbangkan produk domestik bruto mencapai Rp 347 triliun. Pada perkembangannya peringkat daya saing pariwisata di *ASEAN* yang dilansir oleh *World Economic Forum* (2013), posisi Indonesia terus merangkak naik setiap tahunnya. Kini, peringkat daya saing Indonesia berada di urutan ke 70. Pada 2012 ada di urutan 74. Peringkat ini di atas peringkat Brunei (72), Vietnam (80), Filipina (82), serta Kamboja (106).

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam pengembangan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan rakyat. Hal tersebut didorong oleh perkembangan dunia pariwisata Indonesia yang terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata di Indonesia, yang terkenal dengan keindahan alam, keramahan penduduk, dan keanekaragaman budayanya. Pada tingkat daerah, sektor ini diperkirakan akan menjadi penunjang pendapatan daerah yang kontribusinya di masa mendatang memiliki prospek yang menguntungkan.

Diperkirakan sektor Pariwisata ini akan mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun-tahun berikutnya seperti yang disampaikan oleh Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sapta Nirwandar, Pertumbuhan industri pariwisata tahun 2014 mencapai 9,39% lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Angka itu di atas pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,7% (tempo, 2014).

Pertumbuhan sektor pariwisata yang semakin signifikan dan membaik ini tidak lepas dari peran pemerintah dan pihak swasta yang berusaha terus-menerus berkompetisi menampilkan karya kreatif dan inovatif guna menarik simpati wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia

Melihat peluang pariwisata Indonesia yang terus tumbuh maka para penggiat wisata di salah satu kabupaten di ujung timur Madura, tepatnya di Kabupaten Sumenep perlu turut ikut serta menikmati peluang yang ada. Maka dari itu para penggiat wisata di kabupaten Sumenep merasa perlu menyiapkan sarana dan prasarana untuk memfasilitasi wisatawan yang akan berkunjung di Kabupaten Sumenep

Sumenep yang secara geografis berada pada wilayah pulau Madura paling timur tidak hanya sekedar menyimpan wisata pantai saja namun, di sumenep banyak terdapat potensi wisata lainnya diantaranya yakni wisata religi, wisata bawah air, wisata seni dan budaya. Maka dengan jarak tempuh sekitar empat jam dari jantung ibu kota provinsi Jawa timur. Kabupaten Sumenep cocok untuk dijadikan salah satu destinasi pilihan wisata di Jawa Timur, sehingga untuk dapat diketahui oleh wisatawan maka perlu adanya promosi wisata tersebut.

Menurut data Dinas Pariwisata Kabupaten Sumenep dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 biaya promosi yang digunakan yakni hanya Rp. 150.000.000 per tahun dan biaya tersebut terhitung tetap tanpa mengalami perubahan sedikitpun. Sehingga menyebabkan terbatasnya ruang promosi yang dilakukan oleh Disbudparpora Kabupaten Sumenep. Media iklan atau promosi yang selama ini digunakan hanya melalui brosur, booklet, buku, dan pameran saja.

Salah satu langkah strategis dalam pemasaran adalah dengan melakukan promosi. Dengan adanya promosi yang efektif maka akan sangat mendukung objek wisata di Kabupaten Sumenep agar dikenal dikenal oleh wisatawan dalam negeri atau biasa dikenal dengan sebutan wisatawan nusantara dan terlebih dikenal oleh wisatawan luar negeri atau wisatawan mancanegara agar nanti kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumenep semakin meningkat setiap tahunnya.

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

Tabel 1.1 Data kunjungan wisata setiap tahun:

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2009	303 orang	234.033 orang
2010	519 orang	313.744 orang
2011	168 orang	238.860 orang
2012	196 orang	993.281 orang
2013	105 orang	841.851 orang
2014	378 orang	544.245 orang

Sumber : *Data Dinas Pemuda Olahraga Budaya dan Pariwisata Sumenep dan Dinas Pemuda Olahraga Budaya dan Pariwisata Propinsi Jawa Timur tahun 2015*

Dari tabel 1.1 diketahui bahwa tingkat kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep misalnya, pada tahun 2013 kunjungan wisatawan di Pantai Lombang terdapat 105 wisatawan mancanegara sementara kunjungan wisatawan wisatawan nusantara atau dalam negeri mengalami penurunan sebanyak 841.851 orang dibandingkan pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2014 wisatawan mancanegara mengalami peningkatan yakni berjumlah 544.245 orang sedangkan wisatawan nusantara mengalami penurunan dengan jumlah orang. Melihat perbandingan data antara tahun 2013 dan 2014 terlihat jika terdapat perbedaan atau fluktuasi pengunjung setiap tahunnya yang berwisata ke pantai Lombang Kabupaten Sumenep.

1.2 Rumusan Masalah:

1. Apakah *advertising* berpengaruh pada kunjungan wisatawan di pantai lombang Kabupaten Sumenep?
2. Apakah *sales promotion* berpengaruh pada kunjungan wisatawan di pantai lombang Kabupaten Sumenep?
3. Apakah *public relation dan publicity* berpengaruh pada kunjungan wisatawan dipantai lombang Kabupaten Sumenep?
4. Apakah *direct marketing* berpengaruh pada kunjungan wisatawan di pantai lombang Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian:

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah bauran promosi yang terdiri atas (*advertising, sales promotion, public relation dan publicity, direct marketing*) dilakukan oleh Disbudparpora Sumenep berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisata di Pantai Lombang Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi pengelola objek wisata Pantai Lombang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan objektif berupa kajian/penelitian mengenai permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan berkunjung ke Pantai Lombang.

2. Bagi mahasiswa, penelitian ini merupakan sarana pengembangan wawasan dan pengembangan kemampuan analisis tentang pengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan berkunjung ke Pantai Lombang,

3. Bagi pihak lain, penelitian pengaruh bauran promosi terhadap proses keputusan kunjungan ke Pantai Lombang diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan, informasi, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan.