

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di dunia. Sejak lama pariwisata di negara maju merupakan bagian dari kebutuhan hidup. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (UU No. 10 tahun 2009: 3). Pariwisata terdiri dari dua kata dari bahasa sang sekerta yaitu ‘pari’ dan ‘wisata’, kata ‘pari’ memiliki arti bersama atau berkeliling dan kata ‘wisata’ memiliki arti perjalanan. Apabila digabungkan, menjadi ‘pariwisata’ yang memiliki pengertian kegiatan atau perjalanan berkeliling menuju sebuah tempat untuk mencari hiburan atau refreshing.

Apabila sebuah wilayah atau daerah memiliki beberapa wisata sebaiknya dikelola dengan baik serta untuk menarik minat pengunjung harus dipromosikan sesuai dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi yang dikenal dengan *Marketing Public Relation* dengan media sosial karena jumlah pengguna internet juga semakin tinggi di seluruh dunia setiap tahunnya, tak terkecuali Indonesia karena saat ini promosi pariwisata sangat penting agar masyarakat dan para wisatawan dapat mengetahui info-info tentang wisata yang ingin dikunjungi sebelum berkunjung.

Sektor pariwisata kini telah menjelma menjadi peluang mega bisnis dan juga berpotensi menjadi pendapatan daerah. Indonesia adalah negara yang memiliki banyak tempat wisata di setiap daerahnya mulai dari Sabang sampai Merauke. Banyaknya wilayah di Indonesia yang memiliki sebuah objek wisata tentunya masyarakat dan pemerintah setempat akan terus menjaga dan melestarikan daerah wisatanya agar bisa mengundang wisatawan dan meningkatkan pendapatan daerah.

Kabupaten Sampang adalah salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki beberapa objek wisata dengan keindahan yang masih alami. Jumlah pengunjung wisata di Kabupaten Sampang cukup tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat serta wisatawan yang tertarik dengan wisata-wisata yang ada di Kabupaten Sampang. Beberapa wisata tersebut berupa wisata alam, wisata, buatan dan juga wisata religi.

Salah satu wisata alam yang ada di Kabupaten Sampang yang paling banyak pengunjungnya adalah wisata Pantai Lon Malang. Pantai Lon Malang ini terletak di Jalan Raya Batu Lenger Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang Jawa Timur. Pantai Lon Malang merupakan salah satu wisata yang masih alami, sejuk, Indah dan juga tiket masuk wisata sangat terjangkau sehingga banyak pengunjung yang berkunjung ke Pantai Lon Malang. Pengunjung pada hari-hari biasa sangat banyak apalagi di hari-hari khusus seperti liburan sekolah, libur hari raya, tahun baru, dll pengunjung bisa dua sampai tiga kali lipat dari hari biasanya.

Pengembangan pariwisata di Kabupaten Sampang perlu diperhatikan oleh pemerintah rakyat sekitar karena minat pengunjung sangat banyak terutama dalam promosi wisata yang pada saat ini sudah modern, sehingga tanpa harus terjun ke lapangan langsung wisata juga bisa dipromosikan melalui media internet dengan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi.

Berdasarkan pemaparan diatas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka peluang bisnis di bidang pariwisata, hal ini dilihat dari semakin banyaknya pengunjung terhadap wisata pantai Lon Malang dalam pemasaran ini sangat diperlukan tentang pengetahuan wisata yang dipasarkan, untuk mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat pada saat memasarkan wisata yang pasarkan. Pada dasarnya kegiatan berkomunikasi dengan khalayak ini adalah salah satu dari kegiatan *Public Relation*. *Public Relation* pada sebuah perusahaan bertugas untuk mendapatkan perhatian dari khalayak, menarik minat khalayak terhadap isi pesan, membangun keinginan khalayak untuk bertindak sesuai dengan pesan dan mengarahkan tindakan khalayak agar tetap sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Public Relation dapat menjadi efektif menopang fungsi *marketing*, harus terlebih dahulu diperjelas dalam perencanaan *marketing*. Perencanaan harus matang dalam menentukan sasaran dan target sebuah wisata, yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk tercapainya suatu tujuan.

Pada era globalisasi ini peran *Marketing Public Relation* menjadi semakin penting karena itikad baik (*good will*) menjadi suatu bagian dari profesionalisme yang pasti akan terbentuk karena pembentukan simpati konsumen secara efektif dan efisien sudah merupakan keharusan yaitu tingkat kompleksitas dan pemuasan kebutuhan konsumen sudah mencapai tingkat yang canggih dalam kegiatan pengemasannya. *Marketing public relation* penekanannya bukan hanya pada *selling* saja (seperti kegiatan periklanan), namun pada pemberian informasi, pendidikan dan upaya peningkatan pengertian lewat penambahan pengetahuan mengenai suatu merek produk, jasa, perusahaan akan lebih kuat dampaknya dan agar lebih lama diingat oleh konsumen. Adanya tingkat komunikasi yang lebih intensif dan komprehensif bila dibandingkan dengan iklan, maka *marketing public relation* merupakan suatu konsep yang lebih tinggi dari iklan yang biasa. *marketing public relation* memberi penekanan pada aspek manajemen dari pemasaran dengan memperlihatkan kesejahteraan konsumen. *Marketing public relation* mengandung kekuatan membujuk (*persuasive approach*) dan sekaligus membidik masyarakat atau publik.

Pantai Lon Malang terletak di Jalan Raya Batu Lenger Desa Bira Tengah Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang Jawa Timur ini memiliki potensi untuk dikembangkan Pemasaran atau promosi wisata melalui *marketing public relation*. Seharusnya objek wisata di tangani dengan baik terkait dengan kesiapan objeknya dan juga upaya promosinya. Diakui atau tidak penggunaan strategi dalam pemasaran wisata mempengaruhi wisatawan untuk tertarik berkunjung.

Pantai Lon Malang berbeda dengan pantai lain yang ada di Madura. Selain karena lokasi pantai yang dekat dengan jalan raya pantura Madura dan rute yang tidak terlalu rumit. Lelah selama perjalanan akan terbayarkan jika sudah sampai di lokasi. Pantai yang berada di ujung utara Kabupaten Sampang ini menjadi salah satu tempat paling favorit bagi kaum muda, orang tua maupun anak-anak.

keindahan Pantai Lon Malang layaknya pantai Sanur dan Kuta Bali. Keadaan alam di sekitar Objek Wisata Pantai Lon Malang masih sangat alami, belum tersentuh oleh penambang pasir dan belum dikotori oleh coretan-coretan tangan yang membuat kotor objek wisata seperti di beberapa objek wisata lain. Pantai Lon Malang memiliki hamparan pasir putih yang cukup panjang, bersih dari sampah disertai pohon cemara rindang yang menyejukkan dan memanjakan pengunjung. Pantai Lon Malang dilengkapi dengan fasilitas tempat istirahat yang beratap ilalang, Ayunan, tempat Selfie kamar mandi, tempat sholat, tempat makan, serta dapat menaiki Motor Roda Empat, Banana Speed dan lain-lain.

Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*E-Marketing* sebagai Strategi Promosi Pariwisata di Kabupaten Sampang”. Hal ini bertujuan agar peneliti mengetahui sejauh mana masyarakat mengetahui wisata Objek Wisata Lon Malang serta permasalahan yang terkait dengan Pemasaran wisata Objek Wisata Pantai Lon Malang serta bagaimana Pemasaran melalui *E-Marketing* sebagai Strategi Wisata Objek Wisata Pantai Lon Malang Kabupaten Sampang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana *E-Marketing* sebagai Strategi Promosi Pariwisata di Kabupaten Sampang?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *E-Marketing* sebagai Strategi Promosi Pariwisata di Kabupaten Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang teori yang berkaitan dengan Strategi Pariwisata dengan pendekatan *E-Marketing* sebagai Strategi Promosi Pariwisata.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan diskusi terkait dengan bidang Pemasaran wisata

b. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Pihak Pantai Lon Malang

Penelitian ini diharapkan dapat di digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam Strategi Pemasaran pariwisata khususnya di Kabupaten Sampang.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dan dengan mempertimbangkan keterbatasan peneliti, maka penelitian ini dibatasi pada *E-Marketing* sebagai Strategi Promosi Pariwisata di Kabupaten Sampang.