

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk pula Indonesia. Khususnya sektor pariwisata di Indonesia yang sangat erat kaitannya dengan kultur dan budaya di mana Indonesia sendiri terdiri dari banyak kepulauan. Disetiap kepulauan memiliki banyak potensi salah satu contoh ialah Pulau Madura memiliki banyak tempat wisata yang tidak kalah indahnya dengan tempat wisata yang ada di luar negeri.

Menurut *Spillane* (1982) pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumen tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha (Tjiptono dan Candra, 2001:195).

Pulau Madura sendiri dikelilingi oleh pesisir pantai, sehingga di setiap kabupatennya memiliki kawasan yang berpotensi untuk dijadikan kawasan wisata pantai. Dari keempat Kabupaten yang ada di Pulau Madura, Kabupaten Sampang adalah kabupaten yang masih kurang maksimal mendapat perhatian dari pemerintah setempat sehingga kurang memberikan pengalaman yang berkesan.

Konsep *marketing* yang bisa digunakan untuk mempengaruhi emosi konsumen adalah *Experiential Marketing*, yaitu suatu konsep pemasaran yang tidak hanya sekedar memberikan informasi peluang pada pelanggan untuk memperoleh pengalaman atas keuntungan yang didapat tetapi juga dapat membangkitkan emosi dan perasaan yang berdampak terhadap pemasaran khususnya penjualan. Andriani (2007, h.2).

Salah satu pariwisata yang terdapat di Kabupaten Sampang yaitu Wisata Pantai Camplong, kawasan wisata alam ini terletak di Desa Dharma Camplong, Kec. Camplong, dengan jarak $\pm$ 9 km dari pusat kota Sampang. Kondisi Wisata Pantai Camplong sudah dikelola dengan baik, dimana sudah terdapat sarana penunjang pariwisata berupa: tempat penginapan berupa hotel resort bintang satu, restoran/ cafe/ warung makanan, pasar wisata, tempat parkir yang memadai, fasilitas tempat ibadah, taman bermain, MCK, gardu pandang, wisata perahu layar serta sistem keamanan yang terjamin. Beberapa atraksi wisata yang dapat dijumpai wisatawan di pantai camplong diantaranya “Wisata Semalam di Pantai Camplong” berupa pertunjukan seni dan hiburan rakyat, Kerapan Sapi Pantai, Wisata Budaya Roket Tase (upacara petik laut setiap satu tahun sekali pada bulan Maulid), pertunjukan Sapi Sono’, pertunjukan hiburan rakyat pada hari-hari tertentu.

Pantai Camplong merupakan wisata swasta yang dikontrak oleh PT. Surabaya in Group, pemerintah kabupaten tidak ikut serta dalam mengelola wisata ini tetapi 20% ikut memperhatikan perkembangan pantai Camplong dan tidak berhak ikut serta dalam mengelola wisata. Karena sistemnya menggunakan sistem Bangun Serah Kelola (BSK) (sumber: www.sampangkab.go.id).

Wisata pantai, khususnya di Pantai Camplong kini semakin dipercantik dengan dilengkapi berbagai akomodasi, baik itu tempat hiburan, rumah makan, penginapan (cottage) maupun wisata perahunya. Disamping itu, yang lebih menarik Pantai Camplong kini juga tersedia kolam renang yang cukup luas serta tempat bermain untuk anak. Pantai camplong sebagai salah satu asset wisata bagi pulau Madura, kini lengkap dengan pondok wisatanya yang terdiri dengan delapan bangunan (cottage) dengan jumlah kamar 14 buah ber AC serta ruang santai menghadap pantai. Pondok wisata ini adalah satu-satunya cottage yang ada di pulau Madura, yang dilengkapi dengan sarana yang memadai. Untuk tarif bermalam di pondok wisata tersebut relatif cukup terjangkau untuk masyarakat.

Di lokasi inilah nantinya bagi wisatawan manca negara dari Surabaya menuju Sumenep dapat beristirahat atau bermalam di pondok Wisata Camplong tersebut, sekaligus dapat menikmati panorama pantai dengan wisata perahunya. Disamping itu bagi wisatawan yang bermalam di tempat ini, kemungkinan besar akan dapat mendapat pendapatan bagi masyarakat sekitar, khususnya bagi penjaja souvenir khas Madura maupun pemilik perahu yang menyewakan kepada wisatawan untuk menikmati wisata pantai.

Dari kelebihan Pantai Camplong yang dijelaskan diatas terdapat juga permasalahan yang ada pada Pantai Camplong yaitu terkait pada bukti fisik yang ada, seperti tumpukan sampah di bibir pantai yang mengganggu pemandangan, kendaraan bermotor yang dibiarkan masuk hingga ke kawasan pantai sehingga mengusik ketenangan dan kenyamanan pengunjung, selain itu pengelolaannya semakin tidak teratur, selain minim fasilitas bermain kondisi pantai juga kotor. Fasilitas untuk pengunjung yang kurang memadai seperti taman bermain, tempat duduk, dan toilet yang kurang terjaga kebersihannya, ditambah pantai kurang

terawat. Dinas Kebudayaan Pemuda dan Olahraga (Disbubparpora) Sampang selaku penanggung jawab pengelolaan objek wisata milik Pemerintah Kabupaten Sampang, tidak berbuat banyak mengingat pengelolaan Pantai Camplong sudah di pihak ketigakan atau di serahkan ke Swasta.

Berdasarkan permasalahan diatas *Experiential Marketing* perlu diterapkan pada Wisata Pantai Camplong, dengan cara mempengaruhi emosional pengunjung untuk menciptakan suatu pengalaman dalam mencapai tingkat kepuasan, sekaligus dapat dijadikan media promosi *word of mouth* atau mulut ke mulut dalam mempengaruhi orang lain yang berkunjung. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui **“Pengaruh *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Sense Experience* (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang?
2. Apakah *Feel Experience* (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang?
3. Apakah *Think Experience* (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang?
4. Apakah *Act Experience* (X_4) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang?
5. Apakah *Relate Experience* (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Sense Experience* terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Feel Experience* terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Think Experience* Pantai Camplong di Sampang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Act Experience* terhadap kepuasan Pantai Camplong di Sampang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Relate Experience* terhadap kepuasan pengunjung Pantai Camplong di Sampang.

1.4. Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi pembaca, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh *Experiential Marketing* terhadap kepuasan pengunjung pada Objek Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang.
 - b. Bagi peneliti lain, penelitian ini bermanfaat untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda.
 - c. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Bagi pengelola wisata Pantai Camplong diharapkan menjadi bahan masukan untuk mengembangkan fasilitas dan tempat yang tepat di Kabupaten Sampang terutama dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung sehingga masyarakat lokal Madura untuk berlibur tidak harus ke luar daerah seperti Pulau Jawa, Bali dan sebagainya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat di Kabupaten Sampang melalui sektor pariwisata kita membantu mengembangkan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan.