

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya dengan keindahan alamnya, salah satunya adalah kekayaan dengan pariwisata. Pada era globalisasi, tidak tertutup kemungkinan bahwa masyarakat semakin tertarik untuk mengetahui komposisi yang terkandung dalam produk pariwisata. Pariwisata sebagai industri ini agar dapat menjadi andalan dalam perekonomian suatu daerah, maka diperlukan perencanaan dan penganggaran yang matang, agar perjalanan pariwisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan. Maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan. Pada saat ini pemerintah juga secara terus menerus mendorong pengembangan destinasi pariwisata yang berkualitas.

Pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional. Karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang ke Indonesia adalah termasuk mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia.

Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang berpergian

sektor ini diperkirakan akan menjadi penunjang pendapatan daerah yang kontribusinya di masa mendatang memiliki prospek yang menguntungkan. Pariwisata secara umum merupakan suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok untuk sementara

waktu yang di selenggarakan dari suatu tempat ketempat lain dengan meninggalkan tempat semula dan dengan suatu perencanaan atau bukan maksud mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata mata untuk menikmati kegiatan perjalanan dengan tujuan memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Pariwisata di daerah-daerah sangatlah banyak bila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangannya tersebut sehingga akan mengangkat segi ekonomi, budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara profesional.

Pemasaran pariwisata menekankan lebih jauh lagi tentang siapa sebetulnya segmen pasar dan bagaimana perilakunya (Damanik,2006). Penekanannya bagaimana mengkomunikasikan kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan (destinasi) adalah unggul dan berbeda dengan produk lain. Media promosi konvensional tidak selamanya dapat digunakan untuk produk pariwisata, terlebih produk wisata minat khusus.

Pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan atau kelompok industri pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional, atau internasional guna mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono 2001:219).Sementara Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual merupakan konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan. Sedangkan konsumen potensial adalah

konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang. Sistaningrum (2002 : 98) menjelaskan tujuan promosi meliputi empat hal, yaitu memperkenalkan diri, membujuk, modifikasi dan membentuk tingkah laku serta mengingatkan kembali tentang produk yang bersangkutan.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata, dan lain-lain. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi parawisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangat melimpah dapat mengangkat ekonomi negara apabila setiap obyeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar obyek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara. Dalam hal ini peran strategi promosi untuk perencanaan pariwisata sangat dibutuhkan. Perencanaan pariwisata menjadi penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, pariwisata semakin kompetitif dan promosi destinasi wisata semakin gencar dilakukan tidak hanya di Indonesia tetapi juga di negara lain, pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu. Semua yang terlibat dalam pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata agar pariwisata di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara lain.

Menurut Yoeti (2008:106), perencanaan yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu daerah. Oleh karena itu, agar kontribusi potensi kepariwisataan yang dimiliki dapat dioptimalkan maka yang harus dilakukan adalah menentukan tujuan kepariwisataan dan formulasi kebijakan dalam rangka mencapai tujuan tersebut. Agar pelaksanaan pembangunan pariwisata dan kebudayaan dapat mencapai hasil yang maksimal dibutuhkan perencanaan kegiatan pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien.

Dalam pengembangan pariwisata tidak hanya pemerintah yang melakukan sendiri tetapi pihak-pihak lain juga ikut andil dalam pembangunan infrastruktur pendamping, ini guna meningkatkan pendapatan dari sektor ekonominya. Menurut Charles (1978) dalam bukunya menjelaskan tingkat-tingkat perencanaan pariwisata itu dimulai dari pengembangan pariwisata daerah yang mencakup pembangunan fisik objek dan atraksi wisata. Setelah itu kita akan dapat melihat bagaimana perkembangan dari jumlah berkunjung wisatawan apabila ternyata mencapai target yang telah ditetapkan selanjutnya akan memikirkan sistem prioritas. Untuk pengembangan ini perlu dilakukan pendekatan-pendekatan dengan organisasi pariwisata yang ada (pemerintah dan swasta) dan pihak-pihak terkait yang diharapkan dapat mendukung kelanjutan pembangunan pariwisata daerah tersebut.

Pengembangan suatu daerah dapat disesuaikan oleh pemerintah daerah dengan potensi dan kekhasan daerah masing-masing. Ini merupakan kesempatan yang sangat baik bagi pemerintah daerah untuk membuktikan kemampuannya dalam melaksanakan kewenangan yang menjadi hak daerah. Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan untuk melaksanakan yaitu pemerintah daerah. Pemerintah daerah bebas berkreasi dan berekspresi dalam rangka membangun daerahnya, tentu saja dengan tidak melanggar ketentuan hukum yaitu perundang-undangan.

Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang memiliki banyak keindahan alam yang luar biasa. Salah satu pariwisata yang terdapat di Provinsi Jawa Timur yaitu wisata akar langit Trinil yang terletak di Desa Sendangharjo Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. Pariwisata diharapkan akan menjadi sektor utama penyumbang devisa terbesar. Hal tersebut menjadi tolak ukur bagi pemerintah untuk meningkatkan sektor pariwisata dimulai dari sektor pariwisata daerah. Provinsi Jawa Timur dengan keanekaragaman potensi wisata alam yang sangat besar menjadi salah satu prioritas pengembangan wisata alam. Jumlah daya tarik wisata di Indonesia cukup banyak dan beraneka ragam. Namun aspek yang berkualitas perlu ditemukan di setiap daerah, kemudian dikembangkan dan di promosi sesuai dengan

segmen wisatawan yang cocok, maka akselerasi pembangunan industri pariwisata di Indonesia terus dipertahankan.

Kabupaten Lamongan adalah salah satu daerah yang kaya objek wisata dan daya tarik wisata. Kabupaten Lamongan ini terletak pada posisi strategis antara Gresik, Tuban dan sebagai kota penyangga di Kabupaten Lamongan. Kabupaten Lamongan merupakan kota yang penuh dengan keindahan alam berupa pegunungan, Laut dan masih banyak lagi yang dapat di jadikan aset yang menarik untuk ditawarkan ke wisatawan. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Lamongan harus dipandang sebagai potensi ekonomi yang sangat penting untuk menopang pembangunan, khususnya di wilayah Lamongan.

Salah satu objek wisata alam yang potensial di Kabupaten Lamongan adalah Objek Wisata Akar Langit Trinil yang terletak di desa Sendangharjo, Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan. Kendala dari objek wisata akar langit Trinil, saat ini yaitu kurangnya informasi terkait wisata tersebut sehingga tidak banyak yang tau tentang wisata akar langit Trinil. Dalam hal ini sebaiknya perlu adanya pengembangan informasi tentang wisata tersebut lebih. Semakin banyak penyebaran informasi akan menghasilkan semakin banyak keinginan pengunjung untuk memutuskan berkunjung ke tujuan destinasi wisata tersebut.

Data Pengunjung Objek Wisata Akar Langit Trinil Tahun 2017-2019

NO	Tahun	Jumlah rata – rata pengunjung per hari	Prosentase
1	2017	200	36,3%
2	2018	150	27,3%
3	2019	200	36,3%
JUMLAH		550	100%

Sumber : hasil data dari pengelola wisata Akar Langit Trinil

Dilihat dari tabel di atas Tabel 1.1 mulai dari wisata pohon Trinil di buka dari tahun 2017-2019 terjadi peningkatan dan penurunan pengunjung. Tahun 2017 mencapai 200 pengunjung per hari karena lagi tenar tenarnya. Pada tahun 2018 mengalami penurunan karena fasilitas kurang lengkap dan kurang memadai. Sedangkan pada tahun 2019 mengalami peningkatan kembali karena banyak fasilitas yang baru dan sangat menarik.

Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan sebuah organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Analisa dalam pengembangan strategi berdasarkan dimensi-dimensi strategi yang digunakan yaitu Tujuan, Kebijakan dan Program Mintzberg (2003) The Strategy Process. Edisi Keempat. Berdasarkan uraian diatas maka penulis begitu tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengembangan Objek Wisata Akar Langit Trinil Di Kabupaten Lamongan”** penyusunan strategi merupakan langkah taktis yang bersifat sistematis dalam pencapaian tujuan organisasi.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas maka dalam studi ini: **“Analisis Pengembangan Objek Wisata Akar Langit Trinil Di Kabupaten Lamongan”** diarahkan untuk mencapai tujuan dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi untuk mengembangkan obyek wisata Akar Langit Trinil Lamongan?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis strategi untuk mengembangkan obyek wisata Akar Langit Trinil Lamongan.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan acuan untuk digunakan sebagai berikut:

1. Bahan referensi dalam pengembangan objek wisata akar langit trinil di Kabupaten Lamongan.
2. sebagai hasil karya dalam menambah wawasan pengetahuan yang dapat lebih memperluas pola pikir
3. hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi objek wisata yang menghadapi masalah serupa