

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata saat ini telah menjadi salah satu faktor paling penting terutama dalam pembangunan sosial-ekonomi suatu negara. Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Indonesia sekaligus merupakan negara kepulauan yang mempunyai sumberdaya-sumberdaya perairan yang sangat beraneka ragam, seperti komoditi dan lingkungan perairan.

Lingkungan perairan terbagi menjadi dua yaitu perairan darat dan perairan laut. Baik komoditi dan lingkungan perairan ini dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Untuk perairan laut sendiri banyak potensi yang dapat dimanfaatkan, salah satunya yaitu dapat digali melalui sektor pariwisata. Sebagian besar wisatawan memilih untuk mengunjungi tujuan yang berbeda dengan alasan yang berbeda pula misalnya, untuk Study, Bisnis, Liburan, dan lain-lain. Melalui industri pariwisata sebagian besar negara-negara berkembang menghasilkan manfaat ekonomi.

Jawa Timur memiliki objek wisata yang menarik antara lain ragam panorama indah, peninggalan purbakala , wisata alam, agrowisata, wisata kuliner, wisata religi, wisata belanja, dan lain-lain. Obyek wisata yang tersebar di kabupaten atau kota di Jawa Timur merupakan kekayaan yang begitu tinggi baik dari segi budaya maupun pariwisata.

Madura merupakan salah satu pulau di Jawa Timur, yang mempunyai banyak potensi yang dapat dimanfaatkan. Madura mempunyai 4 kabupaten yaitu Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep. Banyak tempat wisata di Madura yang masih kurang maksimal mendapat perhatian dari pemerintah setempat sehingga tempat dan

lingkungannya kurang menarik perhatian pengunjung, khususnya di daerah Sampang Madura.

Kabupaten Sampang merupakan salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur dengan letak yang strategis berada di pertengahan pulau Madura. Kekayaan yang dimiliki tidak ternilai harganya baik dari segi potensi wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata agro dan lain sebagainya. Sampang mempunyai beberapa tempat wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan yaitu Pantai Camplong, Hutan Kera, Waduk Klampis, Air Terjun Toruan, Goa Lebar, Pulau Mandangin, dan lain-lain. Salah satu yang menjadi tempat favorit wisatawan adalah Pantai Camplong.

Pantai Camplong adalah salah satu tempat wisata yang dikenal banyak orang dan dikunjungi dari pada tempat wisata lainnya yang ada di Sampang. Letak wisata ini mudah dikunjungi karena berada di tempat yang strategis yaitu jalan raya Sampang. Di wilayah pantai Camplong ini dapat dilakukan berbagai kegiatan wisata bahari, pada bentang laut (seascape) dilakukan kegiatan wisata antara lain berenang, memancing menuju tengah laut, perahu layar. Sedangkan pada bentang darat pantai (coastal landscape) dapat dilakukan kegiatan rekreasi seperti olah raga pantai, jalan-jalan, duduk santai dan lain-lain.

Pantai Camplong merupakan wisata swasta yang dikontrak oleh sebuah perusahaan di Surabaya, pemerintah kabupaten tidak ikut serta dalam mengelola wisata ini tetapi 20% ikut memperhatikan perkembangan pantai Camplong dan tidak berhak ikut serta dalam mengelolanya. Karena sistemnya menggunakan sistem bangun serah kelola (BSK).

Akan tetapi, wisata pantai Camplong ini gagal tumbuh dengan baik karena kurangnya strategi pemasaran pariwisata yang berkelanjutan dan efektif. Dalam bauran pemasaran jasa ada 7P yang merupakan strategi yang baik untuk diterapkan. Di Pantai Camplong Kegiatan dan promosi yang dilakukan kurang menarik dan

memikat orang-orang sebanyak mungkin untuk datang ke pantai Camplong, Promosi yang dilakukan yaitu Setiap pengunjung yang datang diberikan brosur, kemudian melalui media internet untuk memperkenalkan wisata pantai Camplong.

Harus diakui, pihak pantai Camplong agak terlambat dan terkesan kurang peduli dalam melakukan promosi serta pelestarian terhadap budaya dan pariwisata, apalagi saat ini ada tempat wisata baru yang kemungkinan besar menjadi saingan pantai Camplong yaitu Goa Lebar atau orang-orang menyebutnya wisata GL.

Goa Lebar akan menjadi ikon wisata kabupaten Sampang selanjutnya, karena wisata ini mulai mendapat perhatian dari pemerintah, keunikan goa lebar terletak pada tata taman dan konsep hutan diatas batu sehingga pengunjung merasakan suasana yang sejuk dan nyaman, serta meikmati keindahan sunset dan view kota Sampang pada sore hari dan malam hari dengan keindahan lampu kota Sampang. Wisata ini masih dalam tahap renovasi, akan tetapi sudah banyak pengunjungnya.

Pantai Camplong hanya pada bulan-bulan tertentu yang didatangi oleh pengunjung tiap tahunnya, yaitu pada saat menjelang lebaran atau hari-hari besar maka selama satu bulan itu pengunjung banyak yang datang. Akan tetapi pada bulan berikutnya pengunjung mulai menurun seterusnya begitu. Tidak ada tindakan yang dilakukan oleh pihak manajer agar setiap bulannya selalu ramai dan diminati pengunjung. Berikut jumlah wisatawan yang berkunjung ke pantai Camplong tahun 2012 pada Tabel 1.1

Tabel 1.1

Data kunjungan wisatawan pantai Camplong tahun 2012.

Bulan	Tahun 2012	Persentase
Januari	4.448	10,46
Februari	2.165	5,09
Maret	2.060	4,84
April	2.720	6,40
Mei	3.213	7,56
Juni	3.370	7,92
Juli	2.230	5,24
Agustus	12.989	30,54
September	1.805	4,24
Oktober	2.997	7,05
November	2.957	6,95
Desember	1.571	3,69
Total	42.525	100,00

Sumber : Dinas pariwisata pantai Camplong Sampang, 2013

Pada tabel diatas menunjukkan pada bulan Januari jumlah kunjungan wisatawan sebesar 10,46 %. Namun pada bulan Februari sampai Maret mengalami penurunan jumlah pengunjung sebesar 4,84% dan terjadi peningkatan kembali pada bulan berikutnya selama tiga bulan yaitu April sampai Juni sebesar 7,92% pengunjung dari bulan sebelumnya.

Sedangkan pada bulan Juli telah terjadi penurunan kembali sebesar 5,24% pengunjung. Akan tetapi pada bulan Agustus mengalami peningkatan yang luar biasa dari bulan-bulan sebelumnya yaitu sebesar 30,54% pengunjung wisatawan. Hal itu

terjadi karena pada bulan agustus bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitrih sehingga banyak pengunjung yang datang.

Dan pada bulan berikutnya terjadi penurunan yang begitu merosot dari bulan Agustus sebesar 4,24% pengunjung yaitu bulan September, kemudian pada bulan Oktober terjadi peningkatan sebesar 7,05% pengunjung dari bulan September, setelah itu kembali menurun pada bulan November dan Desember sebesar 3,69% pengunjung wisatawan.

Penyebab naik turunnya pengunjung berdasarkan Tabel 1.1 salah satunya yaitu adanya kejenuhan yang dirasakan oleh pengunjung dengan fasilitas atau kegiatan yang ada di pantai Camplong, sehingga pengunjung masih memikirkan ulang untuk datang kembali setiap bulannya ke pantai Camplong.

Sehingga penyusunan strategi pemasaran yang baru diperlukan untuk membenahi kondisi diatas agar potensi pariwisata pantai Camplong tetap diminati pengunjung setiap bulan dan setiap tahunnya. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul “ STRATEGI PEMASARAN WISATA PANTAI CAMPLONG DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI SAMPANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan tersebut, maka masalah yang diidentifikasi oleh penulis adalah :

1. Bagaimana perumusan alternatif strategi pemasaran bagi Pantai Camplong dalam meningkatkan kunjungan wisatawan?
2. Bagaimana rancangan rencana aksi (action plan) yang tepat untuk diterapkan pada pantai Camplong?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui formulasi alternatif strategi pemasaran bagi pantai Camplong dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.
2. Untuk menentukan rancangan rencana aksi (action plan) yang tepat untuk diterapkan pada pantai Camplong.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna bagi semua pihak. Terutama bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini. Adapun hasilnya kiranya dapat berguna bagi :

a. Bagi Pengelola Obyek Wisata

- 1) Memberikan penyusunan strategi yang efektif dan efisien dalam meningkatkan kunjungan wisatawan;
- 2) Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi Pengelola Onbyek wisata pantai Camplong di Sampang.
- 3) Menilai tingkat harapan kepentingan pada atribut-atribut yang mempengaruhi wisatawan dalam memilih wisata;
- 4) menjadi bahan pertimbangan dalam menjalankan usahanya pada saat dihadapi perubahan perubahan lingkungan perusahaan yang terjadi.

b. Bagi Mahasiswa dan Pembaca.

- 1) Memberikan kesempatan untuk mempraktekkan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah;
- 2) Sebagai bahan acuan dan refrensi dalam memberikan pengembangan selanjutnya;
- 3) Sebagai bahan perbandingan dalam menerapkan strategi pemasaran.