

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang mempunyai beribu-ribu pulau dengan kekayaan alam, keanekaragaman budaya, adat istiadat dan tradisi yang menarik serta memiliki ciri khas masing-masing. Keanekaragaman tersebut tidak hanya menarik bagi wisatawan lokal, namun juga menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan mancanegara. Pulau-pulau tersebut juga memiliki potensi sebagai destinasi wisata.

Menurut Wahab (2003) pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan hasil, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Martaleni (2009) menjelaskan bahwa pariwisata adalah sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai sektor andalan karena berdampak luas (*multiple effect*) dalam pembangunan di berbagai sektor, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta diyakini sebagai sebuah industri masa depan yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih baik, menghapus kemiskinan dan dipercaya dapat meningkatkan devisa negara dan sekaligus memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat. Pitana dan Gayatri (2005) mengemukakan bahwa pariwisata sebagai industri terbesar kedua setelah migas mampu menjadi primadona penghasil devisa negara. Hal inilah yang dapat dijadikan peluang bagi pelaku bisnis pariwisata untuk

memaksimalkan pengelolaan potensi wisatanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia merupakan sektor pariwisata yang lebih menekankan pada penyediaan jasa dengan mengoptimalkan potensi kawasan wisata. Dengan demikian daerah-daerah mempunyai peluang cukup untuk memperkenalkan potensi pariwisata yang dimilikinya sehingga dapat menarik kunjungan wisata lokal maupun mancanegara (Suradnya, 2008).

Persaingan dalam memajukan dan mengembangkan destinasi wisata juga tak dapat dihindari. Para pengelola destinasi wisata saling berlomba untuk dapat menarik pengunjung. Apabila pengunjung obyek wisata meningkat, maka akan berdampak pada pendapatan yang bertambah sehingga tidak kesulitan dalam menutup biaya-biaya operasional obyek wisata. Oleh karenanya sangat penting disusun sebuah strategi pemasaran yang tepat, efektif dan efisien sehingga sasaran dan tujuan yang diinginkan segera tercapai.

Morrison (2002) menjelaskan pemasaran merupakan proses yang berlangsung terus menerus dan berkelanjutan, dimana kegiatan yang terjadi di dalamnya adalah merencanakan, meneliti, mengimplementasikan, mengawasi dan melakukan penilaian dalam berbagai aktifitas yang dirancang untuk memuaskan baik kebutuhan dan keinginan pelanggan dan tujuan organisasinya. Agar kegiatan tersebut berlangsung secara efektif, maka pemasaran memerlukan usaha setiap orang dalam sebuah organisasi dan dapat dibuat kurang atau lebih efektif oleh tindakan-tindakan dari kelengkapan organisasi.

Pemasaran pariwisata adalah upaya mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan serta menawarkan produk wisata yang sesuai dengan

keinginan dan kebutuhan wisatawan dengan maksud dan tujuan agar usaha pariwisata dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan (Muljadi, 2010).

Setiap propinsi di Indonesia banyak dijumpai obyek wisata yang belum dikenal oleh kalangan umum. Di Jawa Timur khususnya berbagai obyek wisata dari wisata alam, wisata ritual, wisata pantai dan lain-lain menjadikan Jawa Timur sebagai salah satu tujuan wisata para wisatawan. Sumenep merupakan salah satu Kabupaten di Propinsi Jawa Timur yang sedang mengembangkan obyek pariwisatanya.

Berdasarkan PP No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010 - 2025, Kabupaten Sumenep masuk dalam Destinasi Pariwisata Nasional (Surabaya Madura dan sekitarnya), bersama Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) lainnya, seperti KPPN Trowulan dan sekitarnya, KPPN Surabaya Kota dan sekitarnya serta KPPN Pamekasan dan sekitarnya. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.093.458 km² yang terdiri atas 2 bagian, yaitu daratan dan kepulauan. Daratan terdiri dari 18 Kecamatan dan kepulauan terdiri dari 9 Kecamatan. Menurut perspektif geografis wilayah, Kabupaten Sumenep berada di ujung timur Pulau Madura. Hal ini merupakan tantangan tersendiri untuk dapat menyusun strategi pemasaran pariwisatanya agar wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Kabupaten Sumenep. Tabel 1.1 menunjukkan 20 besar Kabupaten dan Kota yang dikunjungi Wisatawan Nusantara Tahun 2017.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara ke 20 Besar Kabupaten dan Kota di Jawa Timur Tahun 2017

RANKING	KAB/KOTA	WISNUS
1	Kota Surabaya	7.152.866
2	Kab. Malang	5.356.422
3	Kab. Tuban	5.041.453
4	Kab. Banyuwangi	3.690.402
5	Kota Malang	3.182.232
6	Kota Batu	2.456.152
7	Kab. Gresik	2.380.484
8	Kab. Pacitan	1.732.893
9	Kab. Kediri	1.718.987
10	Kab. Lumajang	1.705.746
11	Kab. Lamongan	1.695.096
12	Kota Blitar	1.662.809
13	Kab. Sidoarjo	1.602.367
14	Kab. Bangkalan	1.195.574
15	Kab. Mojokerto	1.109.700
16	Kab. Sumenep	1.047.109
17	Kab. Jombang	951.928
18	Kota Probolinggo	907.533
19	Kab. Blitar	600.450
20	Kab. Probolinggo	580.013

(Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Propinsi Jawa Timur, 2018)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan ke Kabupaten Sumenep masih rendah dibandingkan Kabupaten dan Kota lainnya di Jawa Timur, yaitu di peringkat ke- 16. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar tingkat kunjungan wisatawan meningkat.

Tabel 1.2 Data Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Sumenep Tahun 2013 – 2017

Pengunjung	Tahun				
	2013	2014	2015	2016	2017
Wisman	143	378	417	1.332	4.036
Wisnus	851.576	544.245	626.926	854.614	1.047.109
Jumlah	851.719	544.623	627.343	855.946	1.051.145

(Sumber : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep, 2018)

Dari tabel 1.2 terlihat jumlah tingkat kunjungan yang fluktuatif dari tahun ke tahun. Di tahun 2013 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sumenep 851.719 orang yang terdiri dari 143 wisatawan mancanegara dan 851.576 wisatawan nusantara. Kemudian di tahun 2014 turun menjadi 544.623 wisatawan, tahun 2015 naik 627.343 wisatawan, tahun 2016 naik kembali menjadi 855.946 wisatawan dan tahun 2017 naik secara signifikan menjadi 1.051.145 wisatawan.

Kabupaten Sumenep memiliki potensi obyek wisata dan daya tarik wisata yang beragam, baik daya tarik wisata alam, religi, budaya, sejarah, buatan, minat khusus, kesehatan, geo wisata dan wisata kuliner. Obyek wisata ini perlu dikemas dan dipasarkan dengan efektif. Pemasaran dengan peningkatan daya tarik dan informasi wisata, sosialisasi program, promosi ke luar daerah, pelestarian keunikan-kekhasan, *delivery of service*, kenyamanan dan kecepatan pelayanan merupakan tuntutan pemasaran yang berkelanjutan.

Dengan diberlakukannya otonomi daerah, memberikan kewenangan seluas-luasnya kepada daerah Kabupaten/Kota untuk mengatur dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan maksimal untuk menghasilkan pendapatan bagi daerah dan memperkenalkan potensi yang dimiliki oleh daerah.

Pengembangan sektor ini diupayakan dengan membuat rencana dan berbagai strategi yang mendukung ke arah kemajuan sektor ini dengan cara mengembangkan potensi obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Faktor-faktor yang dapat menunjang pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep antara lain Bandara Trunojoyo yang merupakan bandara komersil satu-satunya di Pulau Madura, jasa penginapan dan restoran yang jumlahnya makin bertambah dari tahun ke tahun dan sarana komunikasi yang memadai. Perkembangan obyek wisata di Kabupaten Sumenep sangat pesat baik dalam kuantitas maupun kualitasnya. Kabupaten Sumenep mengalami perkembangan kuantitas dan keragaman obyek wisata antara lain :

Tabel 1.3 Data Obyek Wisata di Kabupaten Sumenep

No	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
1	Asta Gumuk	Asta Gumuk	Asta Gumuk	Asta Gumuk
2	Asta Katandur	Asta Katandur	Asta Katandur	Asta Katandur
3	Asta Panaongan	Asta Panaongan	Asta Panaongan	Asta Panaongan
4	Asta Sayid Yusuf	Asta Sayid Yusuf	Asta Sayid Yusuf	Asta Sayid Yusuf
5	Makam Asta Tinggi	Makam Asta Tinggi	Makam Asta Tinggi	Makam Asta Tinggi
6	Masjid Jamik Sumenep	Masjid Jamik Sumenep	Masjid Jamik Sumenep	Masjid Jamik Sumenep
7	Museum dan Keraton	Museum dan Keraton	Museum dan Keraton	Museum dan Keraton
8	Pantai Lombang	Pantai Lombang	Pantai Lombang	Pantai Lombang
9	Pantai Slopeng	Pantai Slopeng	Pantai Slopeng	Pantai Slopeng
10	Situs Benteng	Situs Benteng	Situs Benteng	Situs Benteng
11	Situs Batugong	Situs Batugong	Situs Batugong	Situs Batugong
12	Tirta Sumekar Indah	Tirta Sumekar Indah	Tirta Sumekar Indah	Tirta Sumekar Indah
13	Water Park Sumekar	Water Park Sumekar	Water Park Sumekar	Water Park Sumekar
14		Giliyang	Giliyang	Giliyang
15		Rumah Kasur Pasir	Rumah Kasur Pasir	Rumah Kasur Pasir
16		Gililabak	Gililabak	Gililabak
17		Asta Joko Tole	Asta Joko Tole	Asta Joko Tole
18		Pantai Badur	Pantai Badur	Pantai Badur
19		Asta K. Faqih	Asta K. Faqih	Asta K. Faqih
20		Gua Pajudan	Pantai Sembilan	Pantai Sembilan
21			Wisata Bukit Tinggi	Wisata Bukit Tinggi
22			Wisata Batu Kapur	Wisata Batu Kapur
23				Goa Kuning
24				Taman Tectona
25				Mutiara Tirta

(Sumber : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep, 2018)

Pada tahun 2015 terdapat 13 obyek wisata di Kabupaten Sumenep. Tahun 2016 terdapat 20 obyek wisata, dengan tambahan obyek wisata baru yaitu Pulau Giliyang, rumah kasur pasir, Gililabak, Asta Joko Tole, Pantai Badur, Asta K. Faqih dan Gua Pajudan. Tahun 2017 ada penambahan lagi 3 obyek wisata baru yakni Pantai Sembilan, Wisata Bukit Tinggi dan Wisata Bukit Kapur, disamping ada pengurangan obyek wisata yaitu Gua Pajudan karena dilaporkan tidak adanya pengunjung di obyek wisata tersebut sehingga jumlah obyek wisata di tahun 2017 adalah 22 obyek wisata. Kemudian di tahun 2018 ada tambahan 3 obyek wisata baru yakni Goa Kuning, Taman Tectona dan Mutiara Tirta sehingga totalnya berjumlah 25 obyek wisata.

Tabel 1.4 Data Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Kabupaten Sumenep

No	Tahun 2015	Jumlah	Tahun 2016	Jumlah	Tahun 2017	Jumlah
1	Makam Asta Tinggi	198.518	Makam Asta Tinggi	224.560	Makam Asta Tinggi	256.821
2	Asta Sayid Yusuf	84.048	Asta Sayid Yusuf	159.711	Wisata Bukit Tinggi	117.994
3	Water Park Sumekar	76.490	Asta Panaongan	73.804	Asta Sayid Yusuf	112.676
4	Pantai Lombang	62.494	Water Park Sumekar	68.220	Asta Panaongan	92.947
5	Masjid Jamik Sumenep	51.184	Pantai Lombang	49.413	Pantai Sembilan	75.311
6	Museum dan Keraton	43.603	Asta Gumuk	47.939	Museum dan Keraton	65.941
7	Pantai Slopeng	37.795	Museum dan Keraton	44.068	Pantai Lombang	60.564
8	Asta Gumuk	27.756	Masjid Jamik Sumenep	42.991	Water Park Sumekar	54.956
9	Tirta Sumekar Indah	20.531	Pantai Slopeng	37.570	Pantai Slopeng	44.536
10	Asta Panaongan	12.037	Gililabak	33.419	Masjid Jamik Sumenep	39.006
11	Asta Katandur	5.866	Tirta Sumekar Indah	22.492	Gililabak	30.683
12	Situs Batugong	5.193	Pantai Badur	13.960	Tirta Sumekar Indah	24.733
13	Situs Benteng	1.411	Asta Joko Tole	10.651	Pantai Badur	13.760
14			Giliyang	6.165	Wisata Batu Kapur	12.939
15			Asta Katandur	5.717	Asta K. Faqih	8.323
16			Asta K. Faqih	5.185	Asta Joko Tole	8.316
17			Rumah Kasur Pasir	3.341	Giliyang	7.666

Lanjutan Tabel 1.4 Data Jumlah Pengunjung di Obyek Wisata Kabupaten Sumenep

No	Tahun 2015	Jumlah	Tahun 2016	Jumlah	Tahun 2017	Jumlah
18			Gua Pajudan	2.026	Asta Gumuk	7.311
19			Situs Batugong	1.898	Asta Katandur	6.216
20			Situs Benteng	1.484	Situs Batugong	3.399
21					Situs Benteng	2.484
22					Rumah Kasur Pasir	527
	Jumlah	626.926		854.614		1.047.109

(Sumber : Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep, 2018)

Perkembangan industri pariwisata yang dinamis harus diimbangi dengan penguatan pemasaran pariwisata agar Kabupaten Sumenep memiliki kemampuan kompetitif dengan wilayah lainnya. Dilihat dari beragamnya obyek wisata yang dimiliki Kabupaten Sumenep, pelaku industri pariwisata idealnya lebih giat mengenalkan lagi kepada masyarakat umum dan mancanegara. Namun demikian, pengelolaan pariwisata pada kenyataannya masih belum dilakukan secara optimal. Masih banyak pula pelaku industri pariwisata yang kurang memperhatikan peta kekuatan pasar pariwisata. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, maka dapat diidentifikasi berbagai hal yang menyangkut kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang terjadi dalam rangka pemasaran pariwisata. Hal ini dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi pemasaran pariwisata yang dapat digunakan oleh pelaku pariwisata dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Berdasarkan uraian di atas, maka sangat menarik untuk dilakukan penelitian dengan tema **“Strategi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep?
2. Strategi apa yang dapat digunakan dalam rangka pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep berdasarkan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah antara lain :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) apa saja dalam pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran pariwisata dengan menggunakan analisis SWOT untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Kontribusi teori.

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian serta studi lebih lanjut terhadap penelitian berikutnya, khususnya dalam hal strategi pemasaran pariwisata.

2. Kontribusi praktek

Hasil dari penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam pemasaran pariwisata, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dari Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Pemuda dan Olahraga serta pelaku usaha pariwisata lainnya (agen travel, hotel/penginapan, homestay, restoran, toko oleh-oleh dan souvenir) untuk mengaplikasikan hal-hal yang menjadi saran dalam penelitian ini.

3. Kontribusi kebijakan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pertimbangan oleh pemegang kebijakan (Pemerintah Pusat dan Daerah) dalam membuat kebijakan dan regulasi di bidang kepariwisataan.

1.5 Ruang Lingkup penelitian

Agar pembahasan masalah lebih terarah maka ruang lingkup penelitian pada tesis ini adalah :

1. Penelitian ini membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dalam pemasaran pariwisata di Kabupaten Sumenep.
2. Penelitian ini membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan strategi pemasaran pariwisata untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Sumenep dengan analisis SWOT.