

BAB I

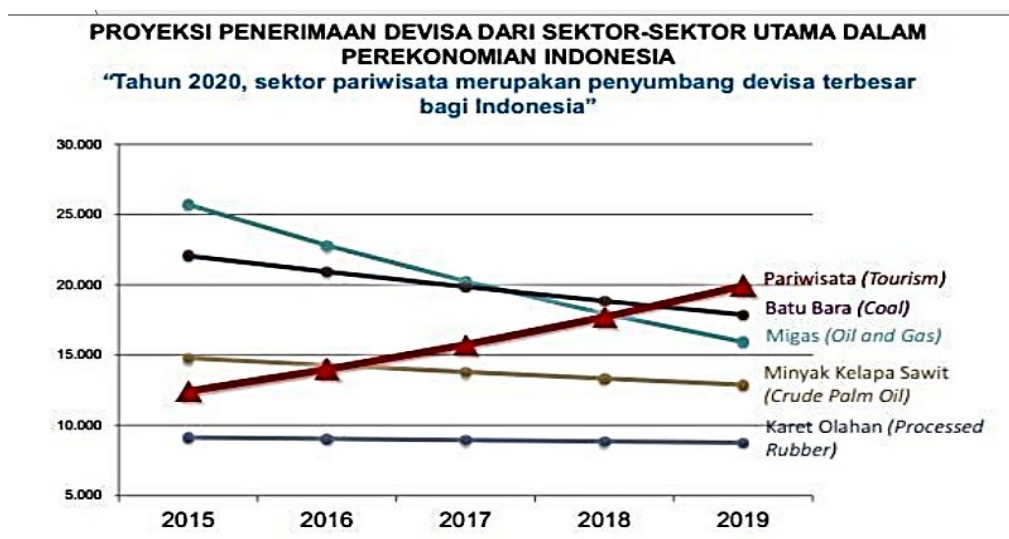
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata memiliki pengaruh yang besar bagi perekonomian negara karena dapat menyumbangkan devisa paling besar, saat ini sektor pariwisata berkontribusi 4% dari total perekonomian bahkan Pemerintah Indonesia berencana akan meningkatkan angka tersebut menjadi dua kali lipat yaitu 8% dari PDB di tahun 2019 (www.indonesia-investments.com). Biro Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Kementerian Pariwisata (2015: 10) melaporkan pada tahun 2015 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar US\$ 11,9 miliar atau setara Rp. 163 triliun (meningkat 113% dibandingkan tahun 2014 yang mencapai angka devisa sebesar US\$ 11,17 miliar). Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc. selaku menteri pariwisata RI menyebutkan pertumbuhan pariwisata Indonesia melebihi rata-rata dunia, di Tahun 2015 tercatat naik 10,63 % bahkan berdasar penilaian *WEF (World Economic Forum)* posisi Indonesia juga meningkat signifikan dari ranking 70 dunia menjadi rangking 50 di tahun 2015 (Biro Perencanaan dan Keuangan Sekretariat Kementrian Pariwisata, 2015: i-ii)

Pembangunan dan pengembangan pariwisata sangat gencar dikembangkan untuk membantu pembangunan nasional. Hal ini diperkuat dengan Undang-undang yang berlaku di Indonesia terkait pariwisata yaitu UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang merupakan revisi dari undang-undang sebelumnya yakni UU No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan. Pasal 8 ayat (2) UU No. 10 Tahun 2009 tentang pembangunan kepariwisataan berbunyi "*Pembangunan kepariwisataan*

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional". Dengan demikian, keberadaan pariwisata dapat mendorong pembangunan daerah, membuka lapangan pekerjaan, memperbesar pendapatan nasional sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat terutama dibidang perekonomian.



Sumber : Kemenpar 2015

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Penerimaan Devisa Dari Berbagai Sektor

Industri pariwisata di Indonesia saat ini sedang berkembang berdasarkan data yang dilansir dalam laman website Indonesia Investemen/www.indonesia-investments.com pada kolom Bisnis pariwisata menyebutkan data BPS mencatat kondisi industri wisata mengalami kenaikan dan setiap tahunnya di prediksi akan terus naik. Berikut data tabel kondisi industri pariwisata di Indonesia yang dimuat pada laman www.indonesia-investments.com :

Tabel 1.1 Kondisi Industri Pariwisata Indonesia

	2016	2017	2018	2019
Kontribusi terhadap PDB (%)	11	13	14	15
Penerimaan Devisa (Rp trillion)	172.8	182.0	223.0	275.0
Penyerapan Tenaga Kerja (juta orang)	11.7	12.4	12.7	13.0
Indeks Daya Saing (WEF)	n.a.	40	n.a.	30
Kunjungan Wisman (juta)	12	15	17	20
Kunjungan Wisnus (juta)	260	265	270	275

Sumber : www.indonesia-investments.com

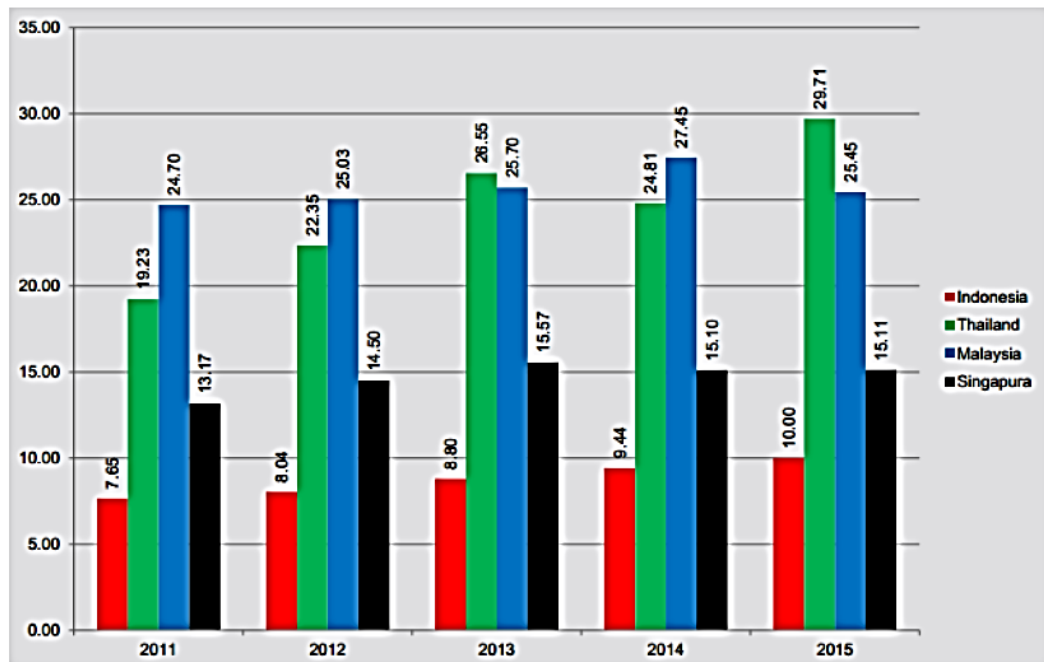
Tabel 1.1 menunjukkan daya serap sektor industri pariwisata ini sangat signifikan dengan kenaikan yang dicapai dari beberapa kategori dimulai dari penerimaan devisa, penyerapan tenaga kerja, kunjungan wisata mancanegara, perjalanan wisata nusantara serta kontribusi PDB yang dihasilkan setiap tahunnya mengalami dan akan terus diprediksi mengalami kenaikan di tahun 2019. Hal ini juga di muat dalam laporan akuntabilitas kinerja kementerian pariwisata tahun 2015 melaporkan pada tahun 2014 PDB yang dihasilkan dari sektor pariwisata mencapai 394,52 triliun rupiah, dan pada tahun 2015 mencapai 461,36 triliun rupiah.



Sumber : Kemenpar 2015

Gambar 1.2 Grafik Peningkatan PDB Pariwisata

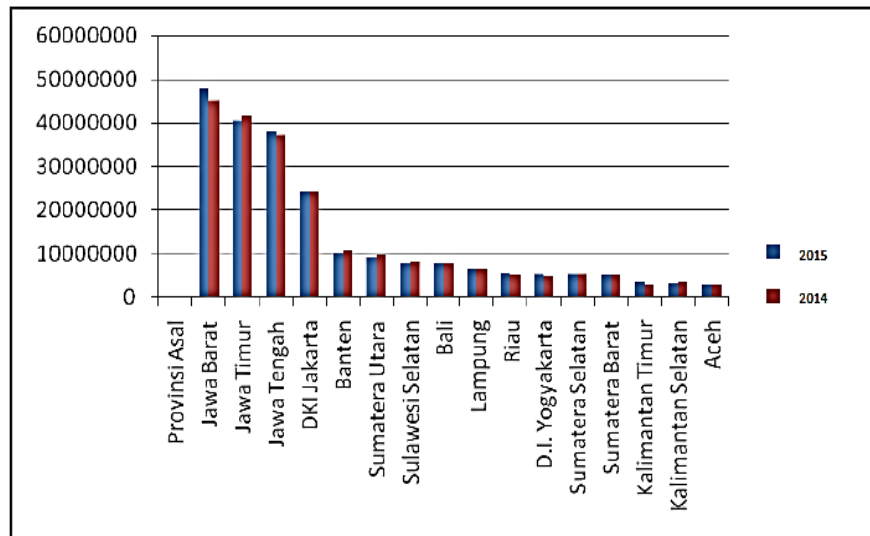
Namun walaupun PDB Pariwisata Indonesia mengalami kenaikan, jumlah pengunjung mancanegara yang datang ke Indonesia masih kalah saing dengan negara lain. Hal ini menunjukkan harus ada perbaikan – perbaikan dalam pengelolaan wisata di Indonesia .



Sumber : Kemenpar 2015

Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan Jumlah Pengunjung Mancanegara

Disetiap daerah Indonesia memiliki potensi yang mampu melaksanakan diversifikasi tujuan wisata, mengingat potensi wisata yang dimiliki di berbagai provinsi di Indonesia. Performansi pasar pengunjung nusantara berdasarkan data provinsi asal adalah sebagai berikut:



Sumber : Kemenpar 2015

**Gambar 1.4 Grafik Pasar Pengunjung Nusantara Berdasarkan Data
Provinsi Asal**

Dari setiap data yang diperoleh menunjukkan bahwasannya industri wisata apabila terus dikembangkan akan semakin baik bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat (9) "*Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan pengunjung dalam penyelenggaraan pariwisata*". Banyaknya potensi yang terdapat di Indonesia sangat mendukung untuk dijadikan sebagai sektor industri wisata dibuktikan dengan meningkatkan pengunjung dan pemasukan PDB Negara dari sektor pariwisata.

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Pulau Madura. Secara geografis Kabupaten Bangkalan terletak antara kordinat 120 40' 60"-130 08'04" BT serta 60 51'39"-70 11'39" LS yang terletak berdekatan dengan pesisir pantai. Kabupaten Bangkalan

memiliki banyak potensi alam yang dapat di jadikan industri wisata baik berupa Pantai, Mangrove, kekayaan hasil laut dan bumi. Potensi lokal yang dimiliki Kabupaten Bangkalan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Berdasarkan data statistik Kabupaten Bangkalan tahun 2017 jenis objek wisata dilihat dari beberapa kategori yakni alam, budaya dan minat khusus per kecamatan. Data statistik dari tahun 2011-2016 menunjukkan terdapat penurunan objek wisata. Di tahun 2011 jumlah objek wisata berjumlah 36 objek wisata terdiri dari wisata alam berjumlah 10 objek, wisata budaya berjumlah 16 objek, dan minat khusus berjumlah 10. Menurun di tahun 2016 menjadi 26 objek wisata terdiri dari wisata alam berjumlah 7 objek, wisata budaya 10, dan minat khusus berjumlah 9 objek.

Tabel 1.2 Jenis Objek Wisata Kabupaten Bangkalan Tahun 2016

Kecamatan <i>Subdistrict</i>	Obyek Daya Tarik Wisata		
	Alam/ <i>Nature</i>	Budaya/ <i>Culture</i>	Minat Khusus/ <i>Special</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
010 Kamal	-	-	-
020 Labang	-	-	-
030 Kwanyar	1	1	1
040 Modung	-	-	-
050 Blega	-	1	-
060 Konang	1	-	-
070 Galis	-	-	-
080 Tanah Merah	-	-	1
090 Tragah	-	-	5
100 Socah	-	1	-
110 Bangkalan	-	2	2
120 Burneh	-	-	-
130 Arosbaya	1	1	-
140 Geger	2	1	-
150 Kokop	-	-	-
160 Tanjung Bumi	1	1	-
170 Sepulu	1	1	-
180 Klampis	-	1	-
Jumlah/ Total	7	10	9
Bangkalan 2015	7	10	9
2014	6	10	9
2013	10	16	10
2012	10	16	10
2011	10	16	10

Sumber : Statistik daerah Bangkalan, 2017:241

Dari jenis objek wisata terdapat beberapa objek wisata yang memiliki daya tarik yang tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Bangkalan. Industri wisata yang berada di Bangkalan sangat banyak, terdapat 21 macam destinasi baik berupa objek wisata alam, budaya maupun minat khusus. Dalam table 1.2 tidak terdaftar wisata alam yang terdapat di kecamatan socah salah satunya yakni wisata Bukit Jaddih. Hal ini menunjukkan belum adanya kerjasama antara pengelola wisata Bukit Jaddih dengan pihak pemerintah. Data yang didapat dari statistik daerah Bangkalan 2017 berbanding terbalik dengan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan yang menunjukkan wisata Bukit Jaddih sebagai salah satu destinasi yang berada di Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Berikut Beberapa destinasi yang terdapat di Kabupaten Bangkalan yang di tunjukkan dalam table 1.3.

**Tabel 1.3 Beberapa Destinasi yang Tersebar di Kabupaten
Bangkalan**

No	Daya Tarik Wisata	Alamat
1	Api Alam Konang	Kecamatan Konang
2	Bukit Geger	Kecamatan Geger
3	Kerapan Sapi tradisional / carter	Kabupaten Bangkalan
4	Kolla Langgundih	Desa Kramat, Kecamatan Bangkalan
5	Makam Air Mata Ibu	Desa Buduran, Kecamatan Arosbaya
6	Makam Sultan Abdul Kadirun	Demangan, Kecamatan Bangkalan
7	Makam Syeichona Cholil	Desa Mertajasah, Kecamatan Bangkalan
8	Mercusuar	Desa Sembilangan, Kecamatan Socah
9	Museum Bangkalan	Kecamatan Bangkalan
10	Pantai Maneron	Kecamatan Sepuluh
11	Pantai Rongkang	Kecamatan Kwanyar
12	Pantai Siring Kemuning	Desa Mecajah, Kecamatan Tanjung Bumi
3	Situs Benteng colonial	Kecamatan Bangkalan

Lanjutan Tabel 1.3

14	Taman Rekreasi Kota	Kecamatan Bangkalan
15	Bukit Kapur Jaddih	Desa Parseh, Kecamatan Socah
16	Air Bidadari Durjan	Desa Durjan, Kecamatan Kokop
17	Air Terjun Galis	Kecamatan Galis
18	Pantai Bumi Anyar	Desa Bumi Anyar, Kecamatan Tanjung Bumi
19	Pelalangan	Kabupaten Bangkalan
20	Hutan Mangrove	Kecamatan Sepuluh
21	Makam Sunan Cendana	Desa Katetang, Kecamatan Kwanyar

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan, 2017

Potensi wisata yang sangat besar dapat meningkatkan perekonomian Kabupaten Bangkalan dengan didukung pengelolaan yang baik dan strategi pemasaran yang tepat. Berdasarkan data statistik pengunjung yang diperoleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan menunjukkan data jumlah pengunjung empat tahun terakhir tercatat dari tahun 2015-2018 mengalami naik turun, untuk pengunjung nusantara dari total jumlah pengunjung di tahun 2015 tercatat sebanyak 1.821.814 pengunjung sedangkan di tahun 2017 jumlah pengunjung tercatat sebanyak 1.349.141 pengunjung dan kembali naik di tahun 2018 sebanyak 2.444.133 pengunjung. Pada pengunjung mancanegara tercatat mengalami naik turun pada tahun 2015 sebanyak 139 Wisman (Pengunjung Mancanegara) dan tahun 2017 mengalami kenaikan sebanyak 281 pengunjung sedangkan di tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 165 pengunjung.

**Tabel 1.4 Jumlah Pengunjung Wisata Kabupaten Bangkalan Tahun
2015-2018**

NO	DAYA TARIK WISATA	TAHUN 2015		TAHUN 2016		TAHUN 2017		TAHUN 2018	
		WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS
	KAB.BANGKALAN								
1	Api Alam Konang	12	4,911	0	3,465	0	2,301	0	805
2	Bukit Geger	7	3,603	0	3,013	0	3,236	0	4,779
3	Kerapan Sapi tradisional / carter	39	2,945	2	1,741	15	1,950	15	39,850
4	Kolla Langgundih	0	3,728	0	2,648	0	978	0	601
5	Makam Air Mata Ibu	36	828,193	96	668,820	212	626,016	101	1,102,739
6	Makam Sultan Abdul Kadirun	2	82,315	12	90,556	0	46,452	0	55,335
7	Makam Syeichona Cholil	19	849,935	28	883,768	50	607,682	49	1,131,194
8	Mercusuar	0	3,320	0	1,750	0	1,606	0	0
9	Museum Bangkalan	13	1,696	1	677	4	844	0	31,005
10	Pantai Maneron	0	2,462	0	2,374	0	1,892	0	3,216
11	Pantai Rongkang	0	2,423	0	2,155	0	1,538	0	3,215
12	Pantai Siring Kemuning	4	3,504	0	2,780	0	11,499	0	3,372
13	Situs Benteng kolonial	0	0	0	0	0	0	0	0
14	Taman Rekreasi Kota	0	32,779	0	30,206	0	29,862	0	29,008
15	Bukit Kapur Jaddih	0	0	0	0	0	4,767	0	25,111
16	Air Bidadari Durjen	0	0	0	0	0	969	0	669
17	Air Terjun Galis	0	0	0	0	0	1,217	0	697
18	Pantai Bumi Anyar	0	0	0	0	0	979	0	1,775
19	Pelalangan	0	0	0	0	0	1,750	0	996
20	Hutan Mangrove Kec. Sepuluh	0	0	0	0	0	2,045	0	5,462
21	Makam Sunan Cendana	0	0	0	0	0	1,558	0	4,304
JUMLAH		132	1,821,814	139	1,693,953	281	1,349,141	165	2,444,133

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Bangkalan, 2018

Tabel 1.4 menunjukkan terdapat banyak destinasi yang data pengunjungnya masih kosong, rata-rata data pengunjung mulai tercatat pada tahun 2017 termasuk wisata Bukit Jaddih, hal ini terjadi karena pihak pengelola wisata tidak pernah menyetorkan data pengunjung kepihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan, informasi didapat berdasarkan wawancara dengan salahsatu pegawai Dinas Bapak Dimas Ega bagian Kasi Destinasi.

Pada penelitian ini yang menjadi objek peneliti yakni wisata Bukit Jaddih yang berupa wilayah perbukitan batu kapur terletak di Desa Parseh Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Keberadaan perbukitan batu kapur ini dijadikan sebagai pertambangan kapur oleh masyarakat. Perbukitan

kapur berada pada jarak ± 10 km dari pusat kota. Seiring berjalannya waktu, pertambangan kapur mulai dilirik dan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata Bangkalan dengan sebutan wisata Bukit Jaddih. Wisata Bukit Jaddih kaya akan potensi keindahan alam yakni perbukitan, puncak tertinggi, Goa Pote, danau buatan hasil pertambangan dan kolam renang. Berdasarkan hasil observasi peneliti ke lapangan di sekitar wisata Bukit Jaddih masih dilakukan kegiatan pertambangan. Hal ini menjadi panorama tersendiri bagi para pengunjung.

Namun kekayaan dan potensi dari wisata Bukit Jaddih berbanding terbalik dengan penilaian dan isu yang tersebar di masyarakat. Ada beberapa isu negatif yang tersebar terkait wisata Bukit Jaddih, berdasarkan survei dan wawancara kepada beberapa masyarakat dan mahasiswa lokal sekitar wisata Bukit Jaddih masih kurang keamanannya, serta marak terjadi pembegalan dan daerah Jaddih terkenal sebagai kampung narkoba dan begalnya. Hal inilah yang menjadi tolak ukur masyarakat berfikir dua kali untuk berkunjung ke wisata Bukit Jaddih. Hasil wawancara peneliti dengan pihak kepala Desa Parseh mengatakan bahwasannya pengelolaan Wisata Bukit Jaddih ini masih belum optimal dilihat dari sistem pengelolaan wisata yang masih amburadul, pengambilan tiket masuk dan parkir yang masih sembarangan, kepemilikan Bukit Jaddih secara perorangan (terdapat 3 orang tokoh yang memiliki dan mengelolah Bukit Jaddih), infrastruktur dan keamanan yang belum memadai, serta tidak ada izin dari pemerintah dan tidak ada kerjasama dengan pihak desa terkait.

Padahal secara geografis letak Bukit Jaddih terletak di Desa Parseh tetapi kebanyakan yang mengelola Bukit Jaddih adalah masyarakat Desa

Jaddih. Maka dari itu, sampai saat ini belum ada kontribusi kepada pihak desa terkait. Namun walaupun demikian, berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan masih tetap ada beberapa pengunjung yang berkunjung ke Wisata Bukit Jaddih. Kebanyakan pengunjung yang berkunjung berasal dari luar Pulau Madura. Berdasarkan wawancara dengan salah satu pedagang yang berada di lokasi wisata, pengunjung wisata Bukit Jaddih kebanyakan berasal dari luar Madura ada yang berasal dari Luar kota dan luar negeri seperti Surabaya, Jakarta, Malaysia, India dan lainnya. Hal ini berbanding terbalik dengan data yang peneliti dapat dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan data pengunjung wisata Bukit Jaddih dari tahun 2015-2018 kosong (Nol Pengunjung).

Tabel 1.5 Jumlah Pengunjung Wisata Bukit Jaddih Tahun 2015-2018

NO	DAYA TARIK WISATA	TAHUN 2015		TAHUN 2016		TAHUN 2017		TAHUN 2018	
		WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS
	KAB.BANGKALAN								
1	Bukit Kapur Jaddih	0	0	0	0	0	4,767	0	25,111

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Bangkalan, 2018

Hasil wawancara dengan bagian Kasi Destinasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yakni Bapak Dimas Ega menjelaskan bahwasannya kekosongan data pengunjung wisata Bukit Jaddih dikarenakan pihak pengelola wisata tersebut tidak pernah mengirimkan data pengunjung tiap tahunnya. Hal ini disebabkan karena pengelolaan wisata Bukit Jaddih yang belum tertata, maka dari itu untuk mengantisipasi hal demikian dari pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangkalan mengambil solusi dan alternatif yakni dengan membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) wisata tersebut serta melakukan pelatihan dan pembinaan yang dilaksanakan pada tahun 2017. Hal ini baru dilakukan karena kendala

wisata Bukit Jaddih ini milik perorangan jadi dari pihak Pemda tidak bisa melakukan hal yang lebih selain hal tersebut diatas. Data Pada tahun 2017 jumlah pengunjung Nusantara mencapai 4.767 pengunjung dan di tahun 2018 mencapai 25.111 pengunjung. Namun yang sangat disayangkan lagi keberadaan wisata Bukit Jaddih tidak begitu di promosikan oleh pihak pengelola wisata, strategi pemasarannya pun masih dikatakan tidak ada, belum ada kegiatan pengiklanan dan promosi dari pihak pengelola wisata secara langsung. Pada prakteknya promosi dan pengiklanan lebih banyak dilakukan pihak ketiga, baik itu melalui *word of mouth* yang dilakukan oleh pengunjung ataupun pihak media lainnya. Kebanyakan pengunjung mengetahui lokasi wisata Bukit Jaddih dari *word of mouth* dan foto-foto Bukit Jaddih yang di share di berbagai media sosial oleh pengunjung wisata Bukit Jaddih sebelumnya serta adanya beberapa stasiun TV nasional yang meliput wisata Bukit Jaddih yakni Net TV dan Trans TV.

Destination image (citra destinasi) merupakan faktor yang sangat penting untuk membentuk suatu citra/*image* suatu produk dimana pada penelitian ini terfokus pada destinasi wisata. *Destination image* merupakan persepsi individu terhadap karakteristik destinasi yang ditawarkan oleh objek tertentu yang memberikan informasi, kesan, pemikiran oleh objek tersebut yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap objek wisata yang disajikan. Adapun untuk membentuk *destination image* yang baik harus memenuhi tiga indikator yaitu: *cognitive image* (citra kognitif), *unique image* (citra unik) dan *affective image* (citra afektif). Keefektifan *destination image* suatu wisata menjadi sangat penting karena dapat mempengaruhi *tourism marketing* daerah. Dalam mengembangkan

pariwisata sangat di perlukan pemasaran wisata/*tourism marketing* yang baik dengan penerapan strategi yang tepat. Salah satunya dengan membangun *destination image* pariwisata yang terdapat di suatu daerah. *Tourism marketing* merupakan konsep yang terdiri dari dua istilah yakni *Tourism* dan *Marketing*. *Tourism* dapat di definisikan sebagai suatu fenomena sosial mencakup pergerakan orang-orang atau sekelompok orang dari tempat asal ke tempat sementara yang jauh dari penduduk yang biasa mereka temui. Sedangkan pemasaran dapat diartikan sebagai proses manajemen untuk mengidentifikasi, mengantisifasi dan memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggan dan menguntungkan.

Dengan demikian, *tourism marketing* merupakan elemen yang sangat penting dalam pariwisata secara umum, terletak pada perencanaan, strategi dan komunikasi yang sesuai dengan target pasar pariwisata. Pada penelitian ini *destination image* yang terbentuk di wisata Bukit Jaddih dapat mempengaruhi pengembangan *tourism marketing* Kabupaten Bangkalan. Kesan yang diciptakan oleh wisata Bukit Jaddih dapat berdampak pada ketertarikan pengunjung untuk berkunjung ke Kabupaten Bangkalan. Survei yang dilakukan dilapangan menunjukkan *destination image* wisata Bukit Jaddih masih terdengar negatif di beberapa masyarakat, hal yang disebutkan diataslah yang terdengar di masyarakat sekitar. Kebanyakan pengunjung yang berkunjung ke wisata Bukit Jaddih adalah pengunjung baru dan tertarik dengan keindahan Bukit Jaddih. Pihak pengelola wisata tidak begitu memperhatikan *destination image* yang seharusnya di kelola dengan baik agar menarik pengunjung serta dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengunjung agar berkunjung kembali ke Wisata Bukit Jaddih.

Dengan demikian, kalau dilihat dariacamata pemasaran masih ada beberapa hal yang kurang dan harus diperbaiki terutama dalam segi pengelolaan dan peningkatan pelayanan wisata, serta pemasarannya. Konsep pemasaran terdiri dari 4P yang biasa dikenal dengan Marketing MIX atau bauran Pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari *product, price, place, promotion* keempat elemen ini sangat penting diterapkan untuk memasarkan Wisata Bukit Jaddih. Kegiatan promosi menjadi faktor penting untuk memasarkan wisata Bukit Jaddih. Banyak cara yang bisa dilakukan untuk melakukan promosi namun yang tidak kalah penting adalah harus lebih dahulu dibangun *image/citra* terhadap Wisata Bukit Jaddih kepada masyarakat.

Hal inilah yang menjadi perhatian dari penulis bagaimana citra yang tersebar di masyarakat terkait Wisata Bukit Jaddih. Banyak terdengar dilapangan keberadaan Wisata Bukit Jaddih sebagai pariwisata masih banyak yang harus di benahi dimulai dari pengelolaan, keamanan serta daya tarik dan daya jual dari Wisata Bukit Jaddih tersebut. Pada kesempatan ini peneliti menilai membangun *citra/image* sangat perlu dilakukan untuk kelangsungan lancarnya pemasaran dan komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung agar berkunjung ke wisata Bukit Jaddih serta mengembangkan wisata yang ada di Bangkalan khususnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang wisata Bukit Jaddih masih butuh perbaikan dalam pengelolaannya serta menerapkan strategi pemasaran yang saat ini tidak dilakukan secara maksimal. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana *Destination Image* Bukit Jaddih Sebagai *Tourism Marketing* Dalam Pengembangan Wisata Di Bangkalan Madura?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan mendeskripsikan *destination image* Bukit Jaddih yang tersebar di masyarakat serta *tourism marketing* yang digunakan dalam pengembangan wisata di Bangkalan Madura.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini berlatar dari tujuan penelitian varifikatif, untuk mengecek teori yang sudah ada. Apakah akan memperkuat atau menggugurkan teori tersebut. Manfaat teoritis ini muncul berlatarkan ketidakpuasaan atau keraguan terhadap teori yang sudah ada sehingga dilakukan penyelidikan kembali secara empiris.

2) Manfaat Praktis

Sementara manfaat praktis adalah manfaat yang berguna untuk memecahkan masalah praktis. Khususnya bermanfaat bagi peningkatan *destination image* wisata Bukit Jaddih sehingga mampu menarik

pengunjung lokal maupun asing guna mengembangkan pariwisata di Bangkalan Madura. Manfaat lainnya adalah sebagai berikut :

a) Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti sebaagai pengamalan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama di bangku perkuliahan serta perwujudan dan pengamalan tri darma perguruan tinggi, dalam membantu memecahkan permasalahan yang ada di masyarakat.

b) Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan informasi serta pengetahuan bagi pembaca pada bidang tersebut. Selain itu, juga untuk tambahan referensi dalam melakukan penelitian kualitatif.

c) Bagi Pengelola Wisata Bukit Jaddih

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan antisipasi serta rekomendasi terhadap perbaikan pengelolaan dan pengembangan wisata Bukit Jaddih pada khususnya serta lebih memperhatikan *destination image* wisata Bukit Jaddih dan strategi pemasaran yang dilakukan dalam memasarkan wisata Bukit Jaddih.

d) Bagi Pemerintah

Sebagai upaya peningkatan kebijakan dan kepedulian pemerintah terhadap potensi lokal Kabupaten Bangkalan khususnya pada sektor pariwisata yang memerlukan perhatian khusus sebagai penyumbang devisa bagi Kabupaten Bangkalan serta membantu memperbaiki roda perekonomian masyarakat sekitar.