

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu Negara kepulauan terbesar di dunia, yang membentang dari ujung barat (Sabang) hingga ujung timur (Merauke) dengan kekayaan sumber daya alamnya yang melimpah. Secara geografis, Indonesia terletak di antara dua samudra (Hindia dan Pasifik) dan dua benua (Asia dan Australia) yang kaya akan flora dan fauna. Kekayaan tersebut dapat menjadi peluang besar bagi sektor pariwisata di Negara ini. Sektor pariwisata alam yang terdapat di Indonesia mulai dari destinasi wisata alam seperti gunung, air terjun, puncak, laut, danau dll. Serta destinasi wisata berupa bangunan, seperti: candi-candi, prasasti, dan naskah-naskah kuno seperti babad, kakawin, serat dan lontar-lontar yang bersejarah. Setiap tempat juga mempunyai potensi wisata, dengan mengelola sumber daya alam yang sudah tersedia dan menjadikannya sebagai destinasi wisata.

Pada dasarnya, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor unggulan (*leading sector*) dalam membangun perekonomian bangsa. Sektor pariwisata adalah salah satu sektor pembangunan yang menjadi sumber utama devisa, diharapkan dapat menciptakan dan memperluas kesempatan usaha serta lapangan kerja. Agar sektor pariwisata bisa menjadi sumber kegiatan ekonomi yang bisa diandalkan, sektor pariwisata perlu ditingkatkan lebih jauh lagi

dengan mendayagunakan dan mengembangkan sumber serta potensi kepariwisataan yang sudah ada¹.

Bagi Indonesia, di setiap kawasan, baik darat maupun laut mempunyai arti strategis sebagai kawasan peralihan antarekosistem, dan mempunyai potensi sumber daya alam serta jasa-jasa lingkungan yang teramat kaya. Kekayaan sumber daya tersebut pada gilirannya menimbulkan daya tarik bagi berbagai pihak untuk memanfaatkan sumber dayanya dan berbagai instansi untuk meregulasi pemanfaatannya². Dengan adanya sumber daya yang ada, masyarakat dapat mengambil peluang untuk memajukan tempat tersebut dengan cara mengubah suatu tempat untuk dijadikan sebuah tempat wisata di mana hasil yang akan diperoleh akan menguntungkan setiap pihak, mulai dari pemerintah, masyarakat sekitar dan wisatawan yang datang.

Di Kabupaten Probolinggo sendiri, destinasi wisata yang sangat bergeliat dalam pembangunannya adalah Bermi Eco Park, yang terletak di desa Bermi, Kecamatan Krucil, Kabupaten Probolinggo yang terletak pada ketinggian kurang lebih 2.500 MDPL dengan luar area mencapai 1220 hektar. Letaknya yang strategis karena berada di bawah lereng gunung Arjuno membuat animo masyarakat untuk berkunjung ke tempat tersebut sangat tinggi.

¹ Murniati Yunus, *Strategi Promosi Pengelola Taman Wisata Alam Lembah Hijau Rumbia (LHR) di Jeneponto dalam Meningkatkan jumlah Pengunjung*, skripsi, (makassar : UIN Alauddin Makassar, 2015)

² Marceilla Hidayat, *Strategi Perencanaan dan Pengembangan Destinasi wisata (Studi Kasus Puncak Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat)*, Journal, Vol. I, No. 1, 2011 – 33,

Bermi Eco Park sendiri terdiri dari 3 kawasan yaitu kawasan konservasi, yaitu kawasan ekologi, kawasan ekonomi, dan kawasan edukasi. Kawasan konservasi terletak di bagian utara puncak di mana di bagian tersebut terdiri dari 14 sumber mata air. Sumber-sumber air tersebut kemudian dikelola dengan model irigasi yang kemudian bermuara pada sebuah kolam yang membentuk danau kecil sebagai tempat bermain anak-anak. Sementara di bagian bawah (mengikuti aliran air) adalah kawasan konservasi ekologi dengan berbagai macam tanaman sebagai studi edukasi (pembelajaran), di mana jenis-jenis tanaman bisa kita temui. Di bagian tengah dibangun Pendopo Agung sebagai tempat kegiatan edukasi. Di tengah danau, terdapat jembatan untuk menikmati pemandangan danau buatan. Sedangkan pada sektor ekonomi, berada di bagian paling utara sepanjang jalan menuju pintu masuk wisata, di mana pengunjung bisa menikmati berbagai aneka makanan dan minuman, termasuk buah-buahan dari para penjual.

Pengelola Bermi Eco Park terus berupaya melakukan dan mengatur strategi promosi dengan baik untuk supaya meningkatkan minat wisatawan. Sehingga ke depan bisa menjadi destinasi wisata yang menumbuhkan usaha untuk kemajuan pariwisata itu sendiri. Promosi merupakan bagian dari strategi *marketing mix*. *Promotion mix* adalah suatu himpunan strategi yang diturunkan dari *marketing mix*. Dalam melakukan strategi promosi, suatu perusahaan dapat menggunakan bermacam-macam sarana bauran pemasaran, sarana tersebut salah satunya yaitu promosi diri sendiri. Promosi ialah sarana bauran pemasaran meliputi aktivitas yang dilakukan perusahaan supaya

mempromosikan dan mengkomunikasikan produknya ke pasar sasaran³. Adapun lima aktivitas promosi tersebut terdiri dari: *personal selling*, *advertising*, *public relation*, dan *sales promotion*.

Sekalipun destinasi wisata Bermi Eco Park sudah dikatakan lumayan baik, dengan segala fasilitas yang sudah ada, namun masih ada kekurangannya yaitu masih minimnya penunjuk jalan. Dikarenakan tempat wisata ini bukan wisata yang terletak atau cukup mudah dijangkau oleh wisatawan. Bermi Eco Park letaknya cukup jauh dari jalan pantura, sehingga bagi wisatawan luar masih kesulitan untuk menemukan tempat wisata ini karena harus melalui jalan yang berkelok dan terjal. Kendala lain adalah semakin bertambahnya destinasi wisata baru yang akan berdampak pada jumlah kunjungan puncak tersebut. Jika pengelola berkeinginan memberikan pelayanan yang baik supaya meningkatkan pengunjung wajib mempunyai strategi promosi, supaya pengunjung banyak yang berminat untuk datang dan berkunjung ke wisata Bermi Eco Park.

Untuk itu dengan adanya latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat topik pembahasan tentang ***STRATEGI PROMOSI OBJEK WISATA BERMI ECO PARK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG.***

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

³Basu Swastha Darmesta, *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm 245-248

1. Terdapat wisata alam lain yang menjadi pesaing yang juga menawarkan berbagai macam fasilitas yang mendukung dan mempunyai lokasi yang strategis. Hal tersebut menjadikan kesulitan tersendiri bagi pengelola dalam memengaruhi minat pengunjung.
2. Penggunaan media yang digunakan dalam kegiatan promosi belum maksimal sehingga kurang mengena kepada sasaran.

Dari uraian di atas, membuat penulis ingin meneliti dan mengkaji lebih dalam tentang “Strategi Promosi Destinasi Wisata Bermi Eco Park untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian skripsi ini secara umum yaitu untuk:

1. Bagaimana implementasi strategi promosi oleh pengelola Bermi Eco Park untuk meningkatkan jumlah pengunjung?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian skripsi ini secara umum yaitu untuk:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi promosi yang digunakan oleh pengelola Bermi Eco Park untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat strategi promosi yang dilakukan oleh pengelola Bermi Eco Park.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan hasil dan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti:

Untuk menambah wawasan tentang strategi promosi, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang ada.

- b. Bagi Akademik:

Sebagai sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ilmu ekonomi mengenai strategi promosi.

- c. Bagi pengelola destinasi wisata:

Sebagai masukan kepada pengelola dalam mempromosikan destinasi wisata, sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung.

2. Secara akademis (teori)

- a. Manfaat diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi khususnya dalam kajian strategi promosi dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan untuk referensi perpustakaan.

- b. Memberikan bantuan pemikiran kepada peneliti yang akan datang apabila akan melakukan penelitian yang serupa ataupun yang akan melanjutkan penelitian ini.

F. Definisi Konsep

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka peneliti memberikan definisi konsep sebagai berikut:

1. Strategi Promosi

Strategi ialah langkah-langkah atau suatu cara yang harus dilalui oleh perusahaan untuk tercapainya sebuah tujuan dalam menentukan persaingan dengan para kompetitornya⁴. Selain itu pula strategi promosi adalah tehnik komunikasi yang dilakukan pihak pengelola untuk memperkenalkan destinasi wisata kepada masyarakat agar menarik minat pengunjung wisata Bermi Eco Park.

2. Pariwisata

Pariwisata ialah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak orang dan juga dapat menumbuhkan berbagai bidang usaha. Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata dapat menjadi penggerak utama perekonomian dunia serta menjadi industri yang mengglobal. Pariwisata akan memberikan banyak manfaat dan pendapatan bagi daerah yang sadar akan potensi dalam mengelola sektor pariwisata⁵.

3. Peningkatan jumlah pengunjung

⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : C.V ANDI, 2001),3

⁵ 3 Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta : Grasindo, 2000), 1

Peningkatan jumlah pengunjung dalam objek wisata dapat didefinisikan sebagai kegiatan pengorganisasian secara menyeluruh yang meliputi pengembangan atau pembangunan pariwisata sehingga fasilitas-fasilitas tersebut dapat memenuhi tujuan sebagaimana mestinya⁶.

G. Penelitian Terdahulu

Upaya penelusuran terhadap berbagai sumber data yang mempunyai relevansi dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini telah peneliti lakukan. Tujuan pengkajian pustaka ini antara lain agar fokus, penelitian tidak merupakan mengulang dari penelitian-penelitian sebelumnya, melainkan untuk mencari sisi lain yang signifikan untuk diteliti dan dikembangkan.

1. Penelitian skripsi UIN Alauddin Makassar tahun 2015, “Strategi Promosi Pengelola Taman Wisata Alam Lembah Hijau Rumbia (LHR) di Jeneponto dalam meningkatkan minat pengunjung. Dari hasil skripsi tersebut membahas bagaimana fungsi promosi untuk menarik minat wisatawan dalam mengunjungi Taman Wisata Alam Lembah Hijau Rumbia (LHR) di Jeneponto. Skripsi tentunya mempunyai kesamaan dan perbedaan dengan peneliti. Persamaannya dengan penulis menggunakan metode kualitatif dengan metode deskriptif, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaannya terletak pada lokasi wisata, skripsi tersebut bertempat di Makassar sedangkan skripsi ini bertempat di Krucil Probolinggo.

⁶ Wahab Salah, *pemasaran Pariwisata*, (Jakarta : PT Pradnya Paramita , 2001),11

2. Penelitian dari Sinta Maulidiawati Wa Ode, yang berjudul tentang “Strategi Promosi Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Destinasi wisata Onemobaa Kabupaten wakatobi” Universitas Halu Oleo 2016, dalam penelitian ini membahas tentang promosi yang berfokus dalam strategi promosi oleh Dinas Pariwisata Kreatif dalam menarik wisatawan ke destinasi wisata. Persamaannya penulis dengan penelitian tersebut yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, serta tehnik pengumpulan datanya menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu terletak pada lokasinya, penelitian tersebut terletak di destinasi wisata Onemobaa sedangkan penulis terletak pada destinasi wisata Bermi Eco Park.
3. Penelitian skripsi Rahman, Universitas Halu Oleo, tahun 2016 yaitu “Aktivitas Promosi dalam Meningkatkan kunjungan Wisatawan di Pulau Hoga Kabupaten Wakatobi. Skripsi ini membahas tentang bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan ekonomi kreatif dan Menganalisis Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat kegiatan. Skripsi tersebut membahas tentang aktivitas promosi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa skripsi tersebut dengan penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaan ialah, skripsi tersebut dan peneliti ini adalah yang sama-sama meneliti tentang meningkatkan jumlah pengunjung dengan cara promosi. Persamaan lainnya adalah pada metode penelitiannya yaitu metode kualitatif. Sedangkan perbedaan dengan peneliti di antaranya ialah pada tempat dan lokasi penelitian.

