

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Sektor pariwisata merupakan alternatif pemasukan bagi pendapatan daerah maupun bagi devisa negara, bahkan bagi negara-negara maju sekalipun pariwisata serius untuk dikembangkan. Terkait dengan hal itu, dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 9 Tahun 1990 menyatakan bahwa kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat serta memupuk rasa cinta tanah air, memperkaya kebudayaan nasional dan memantapkan pembinaannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dan mempererat persahabatan antar bangsa.

Sejalan dengan perkembangan dunia pariwisata saat ini telah terdapat banyak biro perjalanan wisata. Tugas dari biro perjalanan wisata adalah menangani kunjungan para wisatawan ke berbagai daerah tujuan wisata baik wisata dalam negeri atau luar negeri. Semakin banyaknya pihak yang terjun dalam usaha biro perjalanan wisata akan menunjang kemajuan pariwisata di Indonesia.

Kabupaten Tulungagung yang terletak di Propinsi Jawa Timur merupakan destinasi wisata yang memiliki keunikan sebagai potensi pariwisata dan budaya. Keunikan tersebut merupakan daya tarik pariwisata yang berupa

wisata alam, seperti air terjun, pantai, bukit, gunung, goa dll. Wisata buatan, seperti *water park*, bendungan, hutan kota, dll. Wisata sejarah, seperti candi dan museum. Masih banyak wisata lain seperti wisata edukasi, wisata kuliner, wisata budaya dll.

Faktor yang menjadi permasalahan pada pariwisata yang ada di Kabupaten Tulungagung kurang mendukungnya akses transportasi. Kurangnya petunjuk jalan menuju obyek wisata. Faktor selanjutnya yang menjadi permasalahan adalah kurangnya fasilitas pendukung yang dimiliki di obyek wisata misalnya, kurangnya penjaga keamanan di beberapa obyek wisata, kurangnya rumah makan dan kamar mandi atau toilet umum di sekitar obyek wisata.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung merupakan unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang kebudayaan dan kepariwisataan dan mempunyai tugas menyelenggarakan urusan rumah tangga Pemerintah Daerah di bidang kepariwisataan. Pelaksanaan tugas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata adalah berusaha meningkatkan daya tarik wisata yang diharapkan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sehingga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dapat menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sesuai target yang dibebankan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung. Karena itu diperlukan suatu langkah nyata dalam menjalin saling pengertian dan kepercayaan dengan berbagai pihak dalam mengenalkan potensi wisata dan menarik wisatawan agar berkunjung.

Kegiatan promosi yang berperan penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung, maka penggiat wisata harus mampu berinovasi sehingga calon

wisatawan memiliki daya tarik tersendiri. Kegiatan promosi yaitu dengan menggunakan periklan di berbagai media, event-event, pemberian diskon, penjualan langsung, dan penjualan secara personal atau tatap muka kepada calon pengunjung. Dengan kegiatan promosi ini tempat wisata yang dihasilkan diperkenalkan dan ditawarkan kepada masyarakat luas, baik melalui media maupun langsung kepada konsumen. Promosi ini dilakukan dengan tujuan menarik perhatian masyarakat akan tempat wisata sehingga pada akhirnya masyarakat memiliki keinginan untuk mencoba dan datang kembali ke tempat wisata.

Bidang pemasaran pariwisata melaksanakan berbagai upaya meliputi komunikasi, melakukan pemasaran, penyebarluasan informasi potensi pariwisata dan membangun kerjasama. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung sudah melakukan upaya dengan mencetak brosur yang berisi tentang informasi tempat pariwisata yang ada di Tulungagung beserta alamatnya akan tetapi masih banyak masyarakat Tulungagung yang masih bingung atau malah tidak mengetahui tentang letak wisata yang ada di Tulungagung itu di karenakan sistem sebar brosur sudah tidak efektif lagi di jaman sekarang. Masyarakat mengetahui wisata beserta tempatnya berdasarkan media sosial yang mengunggah foto atau video tempat wisata itupun akun media sosial milik masyarakat bukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung.

Belum maksimalnya upaya dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam hal promosi wisata sangatlah terlihat ketika tidak adanya angan-angan masyarakat yang bangga dengan pemerintah dengan

maraknya wisata-wisata baru yang di bangun dan di kembangkan oleh pemerintah. Pada masa yang serba *online* promosi wisata yang dilakukan pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung masih belum terlalu mengikuti jaman karena belum adanya *website* atau akun media sosial resmi yang di buat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung guna untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisata pada Kabupaten Tulungagung.

Peningkatan arus kunjungan wisatawan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung membutuhkan perhatian, kerjasama dan dukungan dari semua pihak baik dari masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui **“Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Kunjungan Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung Wisata di Tulungagung”**.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana strategi promosi pada dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung wisata di Tulungagung?
2. Bagaimana hambatan yang dialami Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam melakukan promosi wisata?
3. Bagaimana langkah yang di tempuh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam menangani berbagai hambatan tersebut?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan masalahh yang telah dirumuskan yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan strategi promosi pada dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung wisata di Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan hambatan yang dialami Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam melakukan promosi wisata.
3. Untuk mendeskripsikan upaya yang di tempuh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam menangani berbagai hambatan tersebut.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian sejenis dan pengembangan studi manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi IAIN Tulungagung

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi Islam khususnya manajemen pemasaran dan dapat dijadikan rujukan untuk penelitian berikutnya.

- b. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya peningkatan strategi promosi dan pemasaran wisata.

- c. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi terkait strategi promosi bagi penulis maupun bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang promosi.

## **E. Penegasan istilah**

### **1. Strategi promosi**

Promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>1</sup>

### **2. Pariwisata**

Pariwisata yang berasal dari kata wisata menurut Republik Indonesia No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan mendefinisikan wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang mengunjungi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, mengembangkan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjungi.<sup>2</sup>

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Agar mudah dipahami maka sistematika penulisan skripsi akan dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal**

Pada bagian ini berisi: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

---

<sup>1</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, ( Yogyakarta : Andi Offset, 2001), hlm. 21.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm 2.

## 2. Bagian Utama

Pada bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab yaitu:

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang masalah, focus penelitian/perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat hasil penelitian, definisi istilah, serta sistematika skripsi.

### BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau landasan teori yang berisi teori-teori besar terdahulu.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Sistematika selanjutnya yaitu mengenai metode penelitian yang mana berisis tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai paparan data yang disajikan dengan topic sesuai dalam pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Pada bab ini mencakup analisis peneliti, keterkaitan antar pola-pola, kategori dan dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori temuan sebelumnya.

### BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini memuat ketrkaitan antar pola-pola, kategori dan dimensi, teori sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

### BAB VI : PENUTUP

Pada bagian penutup ini mencakup kesimpulan, implikasi penelitian (jika perlu), serta saran. Selain itu disajikan pula saran

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.