

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang kaya akan keberagaman dan keindahan alamnya sehingga Indonesia memiliki banyak potensi untuk mengembangkan usaha di sektor pariwisata. Potensi sumber daya pariwisata masih banyak yang tidak diketahui atau rahasia yang tersimpan dan perlu digali untuk dikembangkan. Sebagian besar sumber daya pariwisata yang belum diketahui terletak di daerah tertinggal dan di daerah pedesaan. Wilayah yang dilengkapi dengan pemandangan yang indah, kekayaan alam, potensi alam, berpeluang besar untuk dikembangkan menjadi kawasan pariwisata yang produktif dengan penciptaan lapangan kerja, strategi untuk mengembangkan perekonomian.²

Pengembangan suatu objek pariwisata baru akan melibatkan masyarakat sekitar untuk menjaga dan merawat tempat wisata tersebut. Dengan adanya wisata tersebut juga dapat memberdayakan masyarakat sekitar. Pemerintah sekitar kiranya juga memberikan pelatihan agar dapat menggali potensi-potensi dan dapat meningkatkan ketrampilan yang masyarakat sekitar miliki.

² Ambar Teguh Sulistiyani dan Qori' Bayyinaturosyi, *Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Digital di Daerah Tertinggal*, (Yogyakarta: Pusat Data dan Informasi, Badan Penelitian dan Pengembangan, Pendidikan dan Pelatihan, dan Informasi (BALILATFO), Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, Republik Indonesia, 2019), hal. 06

Sektor pariwisata dalam suatu daerah mempunyai peran penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan bekerja, serta dalam mengurangi kemiskinan yang akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan industri pariwisata dipengaruhi oleh beberapa objek wisata dan atraksi wisata lainnya. Semua hal yang ada dalam objek wisata merupakan sebuah daya tarik untuk dirasakan dan dilihat oleh wisatawan yang didapat, disediakan, ataupun bersumber pada alam. Sedangkan atraksi wisata adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati, dan dimiliki oleh wisatawan, yang disediakan oleh manusia dan memerlukan waktu yang cukup lama agar dapat dinikmati oleh wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan adalah adanya sesuatu untuk dilihat, adanya sesuatu untuk dibeli, adanya sesuatu untuk dilakukan.

Keberhasilan sektor pariwisata yang mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah wisatawan yang berdatangan dari waktu ke waktu. Bertambahnya jumlah wisatawan dapat terwujud ketika para wisatawan yang berkunjung merasa puas dengan sejumlah destinasi yang ditawarkan oleh pengelola tempat wisata.³ Dengan berkembangnya sektor pariwisata akan menarik sektor yang lain pula, sebab produk-produk lainnya dapat diperlukan untuk menunjang industri pariwisata, antara lain: souvenir, berbagai produk kuliner, penginapan, peningkatan kesempatan kerja, dan lain-lain. Tujuan perkembangan pariwisata nsesuai Undang-Undang No.9 Tahun 1990 menyebutkan bahwa tujuan pariwisata itu yaitu:

³ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2017), hal. 06

1. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan memupuk mutu dan daya tarik wisata.
2. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
3. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
4. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan Dan kemakmuran rakyat.
5. Mendorong pendayagunaan produk nasional.⁴

Adanya pariwisata ini berdampak positif maupun negatif terhadap kehidupan masyarakat lokal. Dampak positif tersebut diantaranya: adanya perlindungan untuk benda-benda kuno, bangunan sejarah, seni tradisional. Kemudian ada rasa bangga masyarakat terhadap peninggalan-peninggalan bersejarah ataupun budaya, serta adanya pertukaran budaya dari wisatawan dengan masyarakat lokal sehingga dapat mengenalkan budaya lokal kepada wisatawan, sedangkan dampak negatifnya adalah hilangnya garis batas antara penduduk lokal di sekitar kawasan wisata dengan wisatawan yang terlalu banyak mengakibatkan hilangnya kenyamanan bagi penduduk, adanya perubahan budaya, serta adanya budaya negatif yang ditimbulkan akibat adanya pariwisata misanya kecenderungan masyarakat berperilaku konsumtif.⁵

⁴ UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

⁵ Nyoman Urbanus dan Febianti, "Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Wilsayah Bali Selatan", dalam *Jurnal Kepariwisataaan dan Hospitalitas*, Vo. 1, No. 2, November 2017.

Tempat wisata sangat dibutuhkan oleh masyarakat tidak hanya sebagai tempat rekreasi menikmati pemandangan yang indah akan tetapi dengan adanya tempat wisata juga memberikan lapangan pekerjaan baru, di tempat wisata kita juga bisa menambah pengetahuan baru, wawasan baru, dan lain-lain. Dalam melakukan pemasaran sektor pariwisata membutuhkan suatu strategi agar menarik pengunjung untuk mengunjungi tempat tersebut.

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran. Bauran pemasaran harus dipahami dengan rinci supaya tidak kehilangan bahan utama yang akan memastikan kesuksesan terukur dari awal perusahaan.

Untuk mencapai target yang diinginkan agar dapat memikat minat dan menambah jumlah pengunjung mengharuskan sebuah perusahaan untuk menggunakan strategi pemasaran yang baik dan benar. Dengan penggunaan strategi yang baik dan benar maka secara tidak langsung perusahaan akan mempengaruhi pengunjung untuk datang ke wisata tersebut tidak lupa juga memberikan kepuasan terhadap pengunjung. Sebaliknya jika menggunakan strategi pemasaran yang kurang tepat maka dapat memberikan dampak buruk pada perusahaan tersebut seperti terjadinya penurunan jumlah pengunjung yang datang dan menurunkan minat mereka untuk datang. Berbagi tempat wisata saat ini sedang berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan dan mengembangkan fasilitas yang ada agar tak kalah bersaing dengan tempat wisata lainnya.

Tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, dan pendayagunaan, dan alokasi seluruh sumber daya yang penting agar mencapai tujuan tertentu merupakan suatu strategi perusahaan.⁶ Intinya, strategi adalah pilihan untuk melakukan aktifitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktifitas dengan cara berbeda dari pesaingnya. Strategi dilakukan perusahaan untuk mengatasi ancaman dan merebut peluang yang ada.

Laba atau biasa disebut dengan keuntungan merupakan salah satu tujuan dari sebuah perusahaan itu didirikan. Walaupun begitu bersaing dalam melakukan sebuah usaha seorang pengusaha haruslah melakukan hal tersebut dengan benar. Dalam arti usaha yang dilakukan tidak menyebabkan kerugian di salah satu pihak yang menjadi target usaha. Usaha tersebut haruslah bersifat halal sesuai dengan etika bisnis yang ada.

Konsep pemasaran konvensional mengacu pada bagaimana mengelola sumber daya alam yang terbatas dan dikelola secara efisien untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan secara maksimal tanpa berpedoman pada norma dan nilai-nilai yang ada. Pemasaran syariah mengacu pada pandangan kemaslahatan dunia dengan mengacu pada rujukan ilahiyah yaitu Al-Quran dan Sunnah dan diperkuat oleh ijma' dan qiyas untuk meraih kebahagiaan yang haqiqi (*falah*).⁷

Setiap usaha yang didirikan harus bersifat baik dan bernilai positif artinya barang atau jasa yang diperjual belikan haruslah bersertifikasi halal, baik, bermanfaat, serta tidak mempunyai unsur-unsur yang dilarang seperti gharar, riba maupun maisir sehingga transaksi yang terjadi tidak merugikan

⁶ Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 109.

⁷ Idris Parakkasi, *Pemasaran Syariah di Era Digital*, (Bogor: Penerbit LINDAN Bestari, 2020), hal. 01.

salah satu pihak tersebut sesuai dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa Ayat 29:

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu di antara kamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berdasarkan kerelaan di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh diri kamu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁸

Kemajuan bidang teknologi informasi saat ini mendorong munculnya berbagai dampak dalam kegiatan pemasaran yang kebanyakan saat ini telah terintegrasi dengan kegiatan pemasaran digital dan pertumbuhan media sosial.⁹ Berbagai manfaat diperoleh dari pemasaran melalui media sosial saat ini.

Perkembangan tempat wisata di Kabupaten Tulungagung berkembang dengan baik. Masing-masing tempat wisata memiliki daya tarik tersendiri, mulai dari pantai, pegunungan, bendungan, sampai dengan pinggiran sungai, area persawahan dan lain-lain.

Yang membedakan antara satu wisata dengan yang lain adalah pada proses pemasaran. Pemasaran dalam bauran *marketing mix* antara lain:

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an, 1984), hal. 112.

⁹ Nasrullah, dkk., *Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan, dan Implementasi*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hal 03.

produk (*product*), tempat (*place*), harga (*prize*), dan promosi (*promotion*) atau yang sering disebut dengan 4P. Setiap tempat wisata akan berusaha memberikan pengunjung sesuatu hal yang berbeda terhadap produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan guna menambah nilai (*value added*). Untuk mencapai hasil yang maksimal diperlukan strategi pemasaran agar menarik minat pengunjung hingga menambah jumlah pengunjung untuk datang ke tempat wisata tersebut. Ada empat faktor yang digunakan oleh tempat wisata Mbalong Kawuk Desa Sumberejo Kulon untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi daya tarik pengunjung diantaranya produk, tempat, harga, promosi.

Didukung oleh program Pemerintah Provinsi Jawa Timur yang terus berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa melalui peningkatan Badan Usaha Milik Desa (BUMdes). Dengan salah satu caranya mengembangkan detail program one village one CEO BUMdes untuk mendukung BUMdes agar masyarakat Desa Sejahtera.¹⁰ Dengan program tersebut Pemerintah Sumberejo Kulon mengembangkan potensi dibidang wisata yang memanfaatkan lahan kosong diarea persawahan.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut adalah karena keberhasilan pengelola Wisata Mbalong Kawuk dalam mengelola tempat wisata tersebut. Pengelola menjadikan tempat wisata ini banyak diminati oleh para pengunjung atau wisatawan. Semenjak dirintis hingga saat ini tempat ini tidak pernah sepi kecuali saat hujan, apalagi diwaktu hari libur.

¹⁰ Linna Susanti, "Pemprov Jawa Timur Kerjasama Program One Village One CEO BUMdes dengan IPB, <https://megapolitan.antaranews.com/berita/174273/pemprov-jawa-timur-kerja-sama-program-one-village-one-ceo-dengan-ipb>, Diakses pada tanggal 22 Juli 2022.

Wisata Mbalong Kawuk ini berada di Desa Sumberejo Kulon, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung. Tepatnya di area persawahan Desa Sumberejo Kulon, dengan suasana yang sejuk jauh dari suara bising kendaraan jalan raya. Tempat ini sangat cocok untuk refreshing dan tempat bermain anak-anak. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Wisata Mbalong Kawuk karena untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik pengunjung. Maka berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung di Wisata Mbalong Kawuk Desa Sumberejo Kulon, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.”

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini dapat diungkapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam bauran pemasaran *marketing mix* yang dilakukan oleh Wisata Mbalong Kawuk untuk meningkatkan daya tarik pengunjung?
2. Apa saja kendala yang dialami pengelola Wisata Mbalong Kawuk dalam melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik pengunjung?
3. Bagaimana dampak adanya strategi pemasaran dalam bauran *marketing mix* yang dilakukan oleh Wisata Mbalong Kawuk dalam meningkatkan daya tarik pengunjung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam bauran *marketing mix* pada wisata Mbalong Kawuk dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui kendala yang dialami oleh pengelola Wisata Mbalong Kawuk.
3. Untuk mengetahui dampak adanya strategi pemasaran dalam bauran *marketing mix* pada wisata Mbalong Kawuk dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberi kontribusi yang berarti dalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Wisata Mbalong Kawuk

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pengelola Wisata Mbalong Kawuk dalam upaya melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan daya tarik pengunjung.

b. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang berarti khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, dan dapat

dijadikan sebagai dokumentasi yang akan digunakan mahasiswa lain sebagai sumber referensi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai strategi pemasaran dalam bauran *marketing mix*.

d. Bagi Masyarakat

Dapat menjadi sebagai kontribusi bagi masyarakat maupun individu yang melakukan analisis tentang analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik pengunjung.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah salah satu wujud perencanaan yang menjelaskan tentang pemasaran. Setiap perusahaan harus mampi mendapatkan penjualan yang optimal, maka strategi pemasaran ini memiliki beberapa ruang lingkup yang lebih luas yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.¹¹

b. Daya Tarik

Daya tarik yang bisa juga disebut dengan kemenarikan adalah sebuah kualitas yang dapat menyebabkan keinginan, minat, atau tarikan pada seseorang atau sesuatu. Yang dimaksud dengan daya tarik dalam penelitian ini adalah kecenderungan dalam diri seseorang

¹¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 199

untuk tertarik atau menyukai produk serta jasa Wisata Mbalong Kawuk.

c. Wisata Mbalong Kawuk

Wisata Mbalong Kawuk merupakan satu dari sekian banyak tempat wisata yang ada di Kabupaten Tulungagung. Lokasi wisata ini sangat mudah dijangkau, bertempat di area persawahan Desa Sumberejo Kulon. Wisata ini menyajikan pemandangan yang indah dan makanan serta minuman yang harganya sangat bersahabat.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan sesuai alur penelitian secara riil agar tidak muncul berbagai penjelasan yang salah. Berdasarkan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pengunjung” maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan daya tarik pengunjung, bagaimana persepsi pengunjung terhadap strategi pemasaran yang dilakukan, dan mengetahui dampak dari adanya strategi pemasaran.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi dibuat unuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Adapun susunan penulisan skripsi model penelitian kualitatif yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini membahas mengenai latar belakang masalah yaitu landasan peneliti mengapa tertarik mengkaji topik dalam penelitian ini. Latar belakang masalah yang menjadi objek penelitian, fokus penelitian,

tujuan penulisan, manfaat penulisan, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan. Fungsi bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas beberapa teori antara lain: Strategi, Pemasaran, Pariwisata, dan Penelitian Terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan oleh peneliti, meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Metode penelitian yang dilaksanakan merupakan acuan yang harus diikuti guna menjawab pertanyaan dalam fokus penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas mengenai paparan data dan hasil temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas mengenai analisis temuan data pada penelitian dengan teori yang ada dan membahas tentang rumusan masalah dari pertama hingga selesai.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan penelitian berdasarkan hasil temuan data dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.