

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pariwisata menjadi industri yang berpengaruh besar terhadap perkembangan dan kemajuan suatu daerah. Pariwisata sudah berkembang pesat dan menjamur diseluruh negara sehingga dapat memberikan dampak positif dalam berbagai aspek, diantaranya ekonomi, sosial dan budaya. Berbagai objek wisata yang dikembangkan adalah potensi wisata alam yang sebagian besar dimiliki oleh negara-negara berkembang seperti Indonesia, hal tersebut dapat dikembangkan seperti aktivitas perekonomian yang dapat menghasilkan devisa negara dengan cepat.

Indonesia merupakan sebuah negara yang mempunyai ragam kebudayaan dan sumber daya alam yang merupakan modal utama untuk meningkatkan taraf hidup bangsa melalui pendayagunaan kekayaan yang dimiliki. Salah satu kekayaan yang dimiliki Indonesia adalah ditemukannya berbagai macam objek wisata dengan daya tarik dan ciri khas tersendiri, sehingga dapat menarik perhatian para wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke negara Indonesia.

Kondisi geografis Indonesia yang memiliki banyak pesona keindahan dan sumber daya alam memberikan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan yang dapat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan nasional. Keanekaragaman budaya juga menjadi salah satu daya tarik wisata kultural yang mampu

mendorong keinginan wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Potensi pariwisata yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu negara dalam memajukan perekonomian, sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara dan menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah.

Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Potensi pariwisata di Indonesia yang amat sangay melimpah dan mengangkat ekonomi negara apabila setiap objeknya dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun pihak-pihak disekitar objek wisata tersebut sehingga banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh pada naiknya devisa negara.

Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik, dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusahaan daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata.

Perkembangan industri pariwisata oleh objek wisata dan atraksi wisata juga. Objek wisata merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi adalah adanya sesuatu untuk dilihat, adanya sesuatu untuk dibeli, adanya sesuatu untuk dilakukan. Selain objek wisata dan atraksi wisata keberhasilan industri wisata sangat dipengaruhi oleh *strategi marketing* yang dilakukan oleh perusahaan.

Strategi yang tepat serta pemasaran yang berhasil akan membuat sebuah lokasi pariwisata tidak akan pernah sepi dari para wisatawan. Peran dari strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam menarik jumlah wisatawan khususnya wisatawan baru yang belum mengetahui tentang keberadaan wisata yang telah dibangun, untuk wisatawan lama pihak pengelola hanya perlu mempertahankan kunjungannya melalui atraksi wisata yang diberikan atau apabila perlu adanya menginovasi barukan pada tempat-tempat tertentu dalam objek wisata tersebut agar para wisatawan tidak merasa bosan.

Pariwisata tidak hanya menjual keindahan dan kekayaan alam tapi juga menjual citra. Semaksimal mungkin pihak pengelola wisata memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada para konsumen wisatanya.

Berbagai cara dilakukan dalam mengembangkan dan meningkatkan daya tarik wisata. Hal tersebut tidak lepas dari motif didirikannya sebuah usaha yaitu laba. Laba/keuntungan merupakan salah satu tujuan dari sebuah perusahaan itu didirikan. Meskipun begitu bersaing dalam melakukan sebuah usaha seorang pengusaha haruslah melakukan hal tersebut dengan benar. Dalam artian, usaha yang dilakukan tidak menyebabkan kerugian dari salah satu pihak yang menjadi target usaha.

Setiap usaha yang didirikan harus bersifat positif artinya barang atau jasa yang diperjual belikan haruslah bersertifikasikan halal, baik, bermanfaat, serta tidak mempunyai unsur-unsur yang dilarang seperti *gharar*, *riba*, maupun *maisir* sehingga transaksi yang terjadi tidak merugikan salah satu pihak. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa Ayat 29: ²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta kamu diantara 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.”

² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahnya*. (Bandung: CV Penerbit Diponegoro. 2014) hlm. 56

Salah satu tempat wisata yang masih ramai dikunjungi oleh para wisatawan sampai dengan sekarang ini adalah tempat wisata Hutan Kota dan Nangkula Park, yang berada di kabupaten Tulungagung. Hutan kota adalah tempat wisata yang diminati oleh banyak wisatawan yang merupakan suatu kawasan yang memiliki koleksi macam tumbuhan yang dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran, terutama bagi anak-anak yang masih dalam proses perkembangan belajar. Maka tidak heran jika lokasi tersebut menjadi tempat wisata keluarga *favorite* di Tulungagung, selain biasa dijadikan tempat ngadem di tengah padatnya aktivitas kota marmer, Hutan Kota Tulungagung dapat dijadikan wahana pembelajaran yang menyenangkan bagi anak-anak dengan melihat langsung berbagai macam tanaman yang ada disana. Adapun untuk wisata Nangkula Park juga tidak kalah menarik dengan wisata Hutan Kota. Nangkula Park adalah tempat wisata terbaik di Tulungagung yang sangat layak di kunjungi untuk berwisata bersama dengan keluarga, sahabat, maupun pasangan. Di tempat ini menyediakan berbagai macam produk kuliner yang sangat populer di Tulungagung. Nangkula Park menghadirkan konsep antara Tradisional dan Milenial sehingga sangat cocok untuk segala umur, baik laki-laki maupun perempuan serta menjadi sarana edukasi banyak hal tentang sejarah.

Alasan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut adalah karena keberhasilan pengelola wisata Hutan Kota dan Nangkula Park dalam mengelola tempat wisata sehingga menjadikan tempat wisata

tersebut banyak diminati oleh para wisatawan. Tempat wisata Hutan Kota dan Nangkula Park ini tidak pernah sepi dari para wisatawan, apalagi pada saat hari libur, para wisatawan membawa semua anggota keluarga, walaupun hanya sekedar untuk jalan-jalan atau menikmati keindahan alam dengan mengambil beberapa momen melalui foto di tempat wisata tersebut.

Keberhasilan yang diperoleh oleh wisata Hutan Kota dan Nangkula Park ini tidak terlepas dari strategi dan pemasaran yang dilakukan oleh pengelola dari tempat wisata Hutan Kota dan Nangkula Park. Oleh karena itu, peneliti akan menuliskan karya tulis dengan judul “Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Wisata Hutan Kota dan Nangkula Park di Kabupaten Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam.”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan dan memasarkan pariwisata yang dibangun tetap diminati oleh wisatawan dari waktu ke waktu.

Dari masalah di atas dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana peran strategi pemasaran yang dilakukan hutan kota dan nangkula park di kabupaten Tulungagung dalam perspektif ekonomi Islam?

2. Kendala apa saja yang dihadapi bagi pihak pengelola wisata hutan kota dan nangkula park dalam melakukan strategi pemasaran?
3. Bagaimana hasil yang telah dicapai oleh wisata hutan kota dan nangkula park dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan di tempat wisata Hutan Kota dan Nangkula Park adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis peran strategi pemasaran yang dilakukan wisata hutan kota dan nangkula park di kabupaten Tulungagung dalam perspektif ekonomi Islam.
2. Menganalisis kendala-kendala yang dihadapi oleh pihak pengelola wisata hutan kota dan nangkula park dalam melakukan strategi pemasaran.
3. Menganalisis hasil yang telah dicapai pada wisata hutan kota dan nangkula park dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

D. Kegunaan atau Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi kepada masyarakat baik dari segi teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan nantinya bisa bermanfaat bagi pembaca dan memberikan sumbangan intelektual bagi kelengkapan teoritis dalam upaya mengkaji pemahaman tentang peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan dalam perspektif ekonomi islam.

2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran baru bagi para akademisi muslim dan masyarakat pada umumnya. Dalam hal ini kegunaan praktis manfaat penelitian meliputi:

a. Bagi Lembaga Wisata Hutan Kota dan Nangkula Park

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan masukan bagi pengelola lembaga tempat hutan kota dan nangkula park dalam upaya melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat digunakan sebagai penambah referensi bagi penelitian serta dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan terutama bagi mahasiswa jurusan ekonomi syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneleitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran khususnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Kenseptual

- a. Peran adalah sesuatu yang dapat diartikan memiliki arti positif yang diharapkan akan mempengaruhi sesuatu yang lain. Dalam hal ini peran yang dimaksudkan adalah yang menunjukkan suatu fungsi.³
- b. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.⁴
- c. Pemasaran adalah proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa.⁵
- d. Wisatawan adalah orang yang sedang berkunjung ke daerah wisata dengan tujuan berlibur dan secara sukarela mengunjungi suatu tempat untuk mendapatkan suatu hal yanglain.⁶
- e. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata dalam suatu destinasi wisata.⁷

³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) online/<http://kbbo.web.id/peran.html>. pada tanggal 7 oktober 2018.

⁴ Arlina Nurbaity Lubis, "*Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bbisnis*". Skripsi. hlm.7

⁵ Ichsan Setiyo Budi, *Manajemen Strategi*. (Jakarta: Salemba Empat. 2016) hlm. 179

⁶ Koko Irawan, *Potensi Objek Wisata Ait Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. (Kertas Karya Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata Universitas Sumatra Utara. 2010) hlm. 12

⁷ Marsono Fahmi Prihantoro, Dkk, *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus, Terhadap Ekonomi, Lingkungan, dan sosial Budaya*. (UGM Gadjah Mada University Press, Yogyakarta. 2016) hlm. 7

2. Definisi Operasional

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah wisatawan pada tempat wisata hutan kota dan nangkula park.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Merujuk pada semua yang dituliskan di atas dan metode yang digunakan serta dalam rangka memudahkan penulisan skripsi, maka penulisan penelitian ini disusun dengan suatu sistem yang diatur sedemikian rupa dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal dari penelitian ini meliputi halaman sampul depan (*cover*), halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar bagan, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama ini terbagi menjadi enam bab diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menjelaskan serangkaian awal maksud dan tujuan penelitian yang terdiri atas konteks penelitian, batasan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian pustaka merupakan penjelasan mengenai teori-teori yang dijadikan landasan penelitian meliputi teori strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan, kajian penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir teoritis/paradigma.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian merupakan penjelasan mengenai jenis penelitian dan teknik analisis yang digunakan terdiri dari 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 hasil penelitian merupakan temuan mengenai permasalahan penelitian yang berupa data hasil wawancara dan data-data dokumentasi yang diperoleh dari Wisata Hutan Kota dan Nangkula Park Kabupaten Tulungagung yang sesuai dengan fokus penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab pembahasan merupakan penjelasan dan pemaparan terkait data hasil penelitian dan analisis hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab penutup menjelaskan hasil akhir atau kesimpulan dari pembahasan permasalahan sekaligus pemberian saran bagi pihak-pihak terkait, yang diri dari kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.